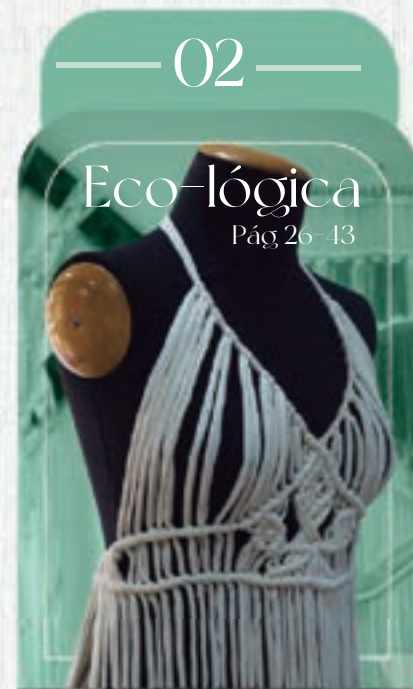




EDICIÓN
2022-2



SUMARIO

Rompiendo paradigmas, así es como la moda llega a cambiar vidas -Pág.10

Libertina, piezas únicas para personas únicas -Pág.14

Un salto de fe y esperanza -Pág.18

La geometría expuesta en cada detalle -Pág.22

Llegando a cada corazón por medio de una donación -Pág.28

La moda se conecta con la naturaleza gracias a Tarpui -Pág.32

El valor de las cosas elaboradas a mano -Pág.36

Moda sostenible en la mano de los nuevos emprendimientos colombianos -Pág.40

El poder de renacer -Pág.46

El recorrido de un camino sin ataduras entre lo sostenible y gótico -Pág.50

Marietta Valento, la esencia de personas reales detrás de una marca -Pág.56

La moda abre un lugar a la comunidad del BMX y a los deportes extremos -Pág.62

La reinterpretación de historias milenarias -Pág.66

Poesía relatada a través de prendas con la esencia de la diseñadora Violeta Olarte -Pág.70

Ecléctica, la revista que nació por y para las mujeres de Colombia -Pág.74

Hilos de tradición -Pág.78

Nueva creadora que aporta su granito de arena para ayudar al medio ambiente -Pág.84

Del patchwork y los residuos textiles a increíbles diseños -Pág.86

Nueva transformación en el impacto del desarrollo organizacional -Pág.88

LIKAN, PER SE

Escrito por: Denisse Galeano y Valentina Luna

La moda ha estado presente en el mundo a lo largo de la historia humana, la influencia que esta ha ejercido a nivel social desde distintos enfoques ha resguardado una posición económica y crítica en la sociedad, la cual logra catalogar el concepto de “Expresión de individualidad” como la muestra más original y subjetiva dentro del rubro.

Sin embargo, lo que todos debemos contemplar en profundidad es la conexión que se refleja entre el comportamiento y desarrollo de las personas con su entorno, sin dejar de lado algo muy importante: Los agentes externos; estímulos a lo que, de manera integral, los seres humanos respondemos con distinta intensidad.

Dentro de dichos estímulos, podemos contemplar que la actualidad social y económica del mundo, traza una delgada línea que divide tanto la consciencia como la responsabilidad por nuestro

ecosistema Vs. el consumismo. El mismo que a un ritmo vertiginoso, se ha llevado por delante varios proyectos y personajes que cuentan historias coherentes, amigables e inteligentes con el medio ambiente y el bolsillo del consumidor.

A lo largo de los años en Likan hemos publicado distintos números que se han encargado de ofrecer a nuestros lectores una mirada fresca, innovadora y cercana a los diferentes universos que se pueden encontrar dentro de la integridad de la moda y la creatividad.

En nuestro equipo siempre ha existido un hiperfoco, el cual es la brújula que nos indica hacia donde debemos ir en busca de una meta colectiva que tiene como fin conectar a la academia con la industria para nutrirnos la una de la otra, haciendo de nuestras profesiones algo cada vez más humano y tangible.

En esta séptima edición encontraremos como tema central y columna vertebral de este nuevo número **El impacto de la moda ambiental y social sostenible en Colombia**. Un fenómeno generalizado que busca resaltar de manera constante la responsabilidad que hoy en día debemos tener con nuestros recursos, ya que estos son agotables y por tanto deben cuidarse.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que dentro de este concepto sombrilla puede existir una yuxtaposición entre la sostenibilidad y sustentabilidad.

Entiéndase por moda sostenible no solo a la elaboración de prendas y accesorios con materiales reciclados, también se involucran los procesos de producción (uso adecuado de recursos como el agua), y una parte fundamental: el pago justo y trato apropiado a los empleados.

En esta edición de Likan queremos dar a conocer aquellas marcas independientes y diseñadores que se preocupan por la sostenibilidad, la parte social de la maravillosa industria que es la moda; en la que se encuentran a diario propuestas innovadoras para todas las personas que quieran identificarse con estilos únicos y lo más primordial contribuir con la disminución de la contaminación en nuestro planeta.

Sin más preámbulos, desde nuestro equipo editorial les damos la bienvenida a todos a esta séptima edición, la cual se desarrolló con el mayor sentido de pertenencia y compromiso profesional con el fin de llegar a esa meta y logro colectivo que son ustedes, nuestros lectores.



De izquierda a derecha: Valentina Luna Merchán, Stefania Ramírez López, Luis Enrique Taboada Rojas y Dennise Gabriela Galeano



© Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano

LIKAN

ISSN: 2711-3698

Editorial Politécnico Grancolombiano

Calle 61 No. 7 - 66

Tel: 7455555, E t. 1516

Bogotá, Colombia No. 7

Vol. 4

Año 4 (2022)

Noviembre - 2022

Ciudad Bogotá

DIRECTOR

Luis Enrique Taboada Rojas

EDITORES

Stefania Ramírez López

Luis Enrique Taboada Rojas

COMITÉ EDITORIAL

Luis Enrique Taboada Rojas

Stefania Ramírez López

Harvey Mardu Murcia Quiñones

Victoria Eugenia Peters Rada

Mireya Barón Pulido

COMITÉ REVISIÓN

Luis Enrique Taboada Rojas

Stefania Ramírez López

Leonardo Paez Vanegas

Victoria Eugenia Peters Rada

Jaime Orlando Romero Guáqueta

COMUNIDADES ASOCIADAS

Escuela de Diseño

Escuela de Comunicación, Artes

Visuales y Digitales

Gruplac Diseño, Artefacto y Sociedad

Gruplac CEC Comunicación

Estratégica y Creativa

Semillero de Comunicación

y Prácticas Digitales

Semillero de Diseño, Artefacto

y Sociedad

JEFES DE REDACCIÓN

Dennise Gabriela Galeano

Valentina Luna Merchán

PERIODISTAS

Stefania Ramírez López

Luis Enrique Taboada Rojas

Dennise Gabriela Galeano Quintero

Luiza Fernanda Córdoba Bobadilla

Ana Sofía Rodríguez Ramos

David Santiago Chaparro Molina

Karen Viviana Hernández Guerrero

María Paula Morales Ramírez

María Paula Rodríguez Ortigón

José Humberto Martínez Pérez

Valentina Luna Merchán

DISEÑADORES

Juan Fernando Caballero Castro

Laura Vanessa Páez Espinosa

Mauricio Valbuena Campos

Luisa María Agudelo Pamplona

Kevin Felipe Robles Porras

Juanita Cortes Vela

María Daniela Archila Ochoa

COLABORADORES

Eduardo Norman Acevedo

ANALISTA DE PRODUCCIÓN EDITORIAL

Carlos Eduardo Daza Orozco

DIRECCIÓN DE ARTE

Jaime Orlando Romero Guáqueta

FOTO DE PORTADA

Karolainne Rosero (Fotógrafo)

(Modelo)

Marca de la prenda: Eriko

Todos los derechos reservados

No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su tratamiento en cualquier forma o medio existentes o por existir, sin el permiso previo y por escrito de la Editorial de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Para usos académicos y científicos, la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano accede al licenciamiento Creative Commons del contenido de la obra con: Atribución - No comercial - Sin derivar - Compartir igual.

El contenido de esta publicación se puede citar o reproducir con propósitos académicos siempre y cuando se dé la fuente o procedencia.

Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva del autor(es) y no constituye una postura institucional al respecto. La Editorial del Politécnico Grancolombiano pertenece a la Asociación de Editoriales Universitarias de Colombia (ASEUC)

Lineamientos:

En la cuarta semana, al iniciar el semestre, se realiza el primer comité editorial, junto con los periodistas (estudiantes de moda), para seleccionar la temática y el enfoque de la edición de la revista en curso. En la sexta semana se realiza el segundo comité editorial con los diseñadores gráficos, para determinar la parte gráfica de la revista.

A partir de dicha semana se establecerán dos reuniones al mes del comité editorial para ver los avances y correcciones, tanto gráfica como conceptualmente (artículos) de la revista. 10 días antes de finalizar el semestre, se aprueba la revista para impresión. De cada reunión se realizará un acta plasmando las tareas vistas en dichos espacios.

SOSTENIBILIDAD CON SENTIDO SOCIAL

Redactado por: Luis Enrique Taboada Rojas

Agradezco a los lectores su interés en esta nueva versión de Likan 2022-2, una edición llena de información y cultura del maravilloso mundo de la moda, un trabajo de experiencia y vivencia real de los estudiantes del Politécnico Grancolombiano.

La moda es cambiante, tal como lo son las necesidades de las personas, pues es necesario conocer que es lo que se está viviendo actualmente.

La percepción que tiene la gente sobre el uso de los estilos es diferente a la manera en la que es vista por quienes están a nuestro alrededor; por eso profundizar en estos temas es fundamental, para no sentirse fuera de foco. Se debe reconocer la importancia de la industria textil ya que contribuye en gran parte a la imagen de cada uno de nosotros, por lo cual esto se convierte un asunto que no puede ser tomado a la ligera.

El trabajar en esta industria permite identificar los procesos de creación y producción, logrando desarrollar una conciencia en la valoración del vestuario, calzado y accesorios, así como en los daños que esto produce en el mundo, por eso es primordial ser conscientes de lo que nos compete hoy día y es asegurarnos de comprar productos que sean sostenibles. Usar prendas con tendencia sostenible que involucra residuos de materiales, telas elaboradas con componentes reciclados,

elementos no convencionales o simplemente de segunda mano que pueden haber sido transformadas ligera o drásticamente, facilita no solo el aprovechamiento de los recursos, sino que además brinda la posibilidad a los usuarios tener un estilo único y diferente.

Por esto queremos cambiar el mito de que no se puede vestir con estilo o que las prendas refaccionadas están fuera de temporada, o que al no saber quién era su dueño anterior la energía de la prenda no va con la nuestra. El pensar sostenible es una tendencia mundial y todos debemos ser parte de ella, por eso suméjense en estos textos tan maravillosos para que conozcan de primera mano lo que está ocurriendo en nuestro país.

Likan es un grupo de trabajo que se enfoca en mostrar lo que está ocurriendo en nuestro país; que usa como fórmula un tono y estilo informativo para poder dar a conocer de manera amable y efectiva tanto emprendimientos como los cambios y tendencias actuales de la moda en Colombia. De parte mía y de todo el equipo de trabajo: periodistas, editores, fotógrafos y editorial, les damos la más cordial bienvenida a este medio de comunicación de los programas de Diseño de Moda, Comunicación Social - Periodismo, Diseño Gráfico y Medios Audiovisuales del Politécnico Grancolombiano.

01

A woman with blonde hair, wearing a vibrant pink suit and matching high-heeled shoes, is sitting on a dark pedestal. She is looking towards the camera with a slight smile. The background is a solid, light blue color. The text 'EN-POWDER' is overlaid on the image in a large, white, serif font. The 'EN-' is on the left, and 'POWDER' is on the right, with a horizontal line connecting them. The woman's legs are crossed, and she is holding the lapels of her jacket.

EN-
POWDER

Rompiendo paradigmas, así es como la moda llega a cambiar vidas

Escrito por: Valentina Luna Merchán
Fotografías de: Diego Briseño Duque y Daniela Rosero Godoy

La transformación de estándares por medio Eriko, una marca colombiana, logra dar un nuevo enfoque en la moda social

David Arturo Alfonso Suarez es un Diseñador Colombiano con tan solo 37 años de edad, quien ha logrado crear su marca, Eriko, la cual se caracteriza por ser única y futurista. Con una trayectoria de aproximadamente 10 años en la industria de la moda, él se destaca por su amplio camino en la participación de 13 pasarelas destacando eventos como Colombia Moda, Cali Exposhow, Bcapital, Bogotá Fashion Week; asimismo, a nivel internacional ha estado presente en Estados Unidos, Panamá, Perú, entre otros países, logrando un crecimiento a nivel profesional, como marca y persona.

Sin duda, el diseñador ha superado fronteras y rompiendo límites por medio del posicionamiento de su marca, pues hoy en día está dejando en alto la moda colombiana a nivel internacional. Su proyecto de vida impacta al dejar un mensaje que rompe los prejuicios de la sociedad.



Desde muy pequeño él se considera una persona muy solitaria, aspecto que ve como beneficio para el desarrollo de sus proyectos, pues le ha permitido estar enfocando cada minuto en su marca. La pasión y el amor es su mayor herramienta para lograr conseguir cada sueño propuesto, este gran diseñador es el perfecto ejemplo de lo mencionado por el escritor Argentino José, quien menciona que "Quien cambia felicidad por dinero, no podrá cambiar dinero por felicidad" (Narosky, 1830).

Quien cambia felicidad por dinero, no podrá cambiar dinero por felicidad".

A través de la creación de su marca, David Alfonso busca trascender todos los esquemas sociales, ayudando al cambio de mentes que él considera son "cuadriculas" y prototipos estandarizados del concepto de moda y belleza impuestos. Su principal objetivo es dejar una huella en la humanidad y no pensar que el dinero es la verdadera felicidad.

Sus estudios van más allá, siendo la arquitectura parte fundamental de sus facetas, carrera que le ha permitido desarrollar todo ese ingenio creativo como lo es el manejo de espacios y formas; además, gracias a esa formación él ha encontrado un complemento perfecto para la creación de una marca única e innovadora.

Sus primeros comienzos fueron enfocados al diseño de moda en Buenos Aires-Argentina, el lugar ideal a nivel Latinoamérica, donde la moda se siente, se ve reflejada en sus calles y en personas que buscan identidad, un territorio donde la moda se respira con el aroma de la ciudad. Sin duda, ese hermoso país fue perfecto pues le permitió crear un nuevo concepto en su mentalidad y lo más importante la inspiración de donde llegó el nombre de su marca, Eriko.

Sus ideales como diseñador se enfocan en la ruptura de estándares pues tal como menciona David Alfonso, él le enseña a sus estudiantes y clientes a que la moda no es solo es "espectáculo o celebridades", cualidades que muchas veces se vive alrededor de la misma, sino que por el contrario tiene mayores enfoques y atributos como psicológicos y de desarrollo social. Para él su principal foco es alejarse de esa parte frívola de la industria, enseñando una nueva mirada desde los ojos de su verdad.





Le enseña a sus estudiantes y clientes a que la moda no es solo un espectáculo o celebridades, ... sino que por el contrario tiene mayores enfoques y atributos como psicológicos y de desarrollo social”.

Esta gran marca les entrega a las personas nuevas estéticas dirigidas hacia el mercado masculino, saliendo de los prejuicios, pues como resalta el diseñador:

No se pretende que el hombre luzca raro, se intenta caer en la reflexión grupal donde todos podemos lucir diferentes, buscando realmente lo que queremos ser,

Con ello, se brinda nuevas oportunidades entre lo irreverente, extravagante y diferente, buscando un nuevo impacto en lo ya conocido del mundo de la moda, sabiendo que el cambio de la mentalidad colectiva es muy difícil de cambiar, pero marcas como estás enseñan que constancia si se puede lograr. Para David Arturo Alfonso el principal mensaje de su marca es buscar desaprender lo ya aprendido, saliendo de la estructura y de la ambigüedad, representado perfectamente en el nombre de Eriko, la cual no

se segmenta en estándares ya conocidos, sino que se utiliza su propio criterio creativo.

Este cambio pasa desde su marca hasta el conocimiento que les brinda a sus estudiantes.

El pensamiento de este gran diseñador se refleja en sus creaciones con estilo vintage, la cual busca reinterpretar y restaurar sus prendas, dando una nueva vida de creación, encontrando un nuevo modelo de negocio como lo es el alquiler, pasando por un diseño inédito, sostenible y creativo.

Sus estampados son sus mayores atractivos de su marca ya que son elaborados por medio de collage artesanales e implementados en diseños propios que se digitalizan para la estampación de sus prendas. Aunque su marca duró un tiempo prudente en posicionarse, logró entender que los sueños van más allá y toman su tiempo, considerando que los retos siempre van a existir,

sin embargo, para el mundo de la moda es importante perseverar para lograr ser ese ejemplo que llegue a cambiar un poco el pensamiento y los gustos de la humanidad.

Diseñadores de marcas como esta demuestran que el talento colombiano, el arte, la creatividad, lo excéntrico y diferente es posible encontrarse en el mundo de la moda.

Es posible encontrar su marca en Facebook como **Eriko Menswear**. La invitación es a seguir apoyando el talento e ingenio innovador de este maravilloso diseñador.

@eriko.menswear

Libertina, piezas únicas para personas únicas



Escrito por: Ana Sofía Rodríguez
Fotografías de: La autora

Desde el arte y la moda
se brinda una segunda
oportunidad

“Eres una libertina” le dijo una vez su mamá a Ana María Ávila, después de llegar de fiesta. ¿Una libertina? Esa palabra se quedó dando vueltas en la cabeza de Ana, sin saber que se convertiría en el próximo nombre de su marca, que hasta entonces se llamaba Alter Ego.

Ana María siempre ha sido una apasionada por el arte, es actriz de profesión y es la creadora de Libertina, una productora de moda que trabaja con población privada de la libertad, sacando cápsulas de ropa con unidades limitadas y únicas, que son el resultado de una serie de talleres que se llevan a cabo dentro de la cárcel La Picota.

Esta marca de ropa, que nació bajo el nombre de AlterEgo, empezó con las ideas de Ana y el papel fundamental de Doña Martha, su mamá, que es modista y se encargaba de materializarlas. Desde que se empezó el proyecto, se persiguió un ideal de libertad y de autenticidad, donde las personas pudieran escoger la tela o el estilo que iba a tener su prenda, donde se crearan piezas únicas para personas únicas.

La idea de trabajar con cárceles llegó mucho después de escoger el nuevo nombre, Libertina; el cual viene de un movimiento panteísta del año 1700 que lleva por nombre libertinismo y defiende la libertad del ser, entendiendo que todos somos parte de un todo.

Es por esto que Ana considera que no es coincidencia el hecho de que ella terminara trabajando con población carcelaria y como dice ella: “el universo es tan perfecto que le puso un nombre a la marca que iba a hacer ese match con el trabajo social”.

Las personas privadas de la libertad pueden reducir sus semanas de condena de diferentes formas, una de estas formas es la participación en los talleres que ofrece Libertina, donde los capacitan y les dan herramientas para trabajar en el área de su interés, como confección, diseño, serigrafía, tejido, entre otros. Según cuenta Ana María, cada uno de ellos tiene un talento innato y mediante los talleres se refuerza el proceso de conceptualización de la prenda con el fin de que sea más comercial.



“Donde las personas pudieran escoger la tela o el estilo que iba a tener su prenda, donde se crearan piezas únicas para personas únicas”.

Libertina no solo guía a los internos en el proceso de creación de una prenda, sino que también funciona como un espacio donde cada uno de ellos puede vender sus productos, generándoles empleo dentro de la cárcel y aportando así, a su proceso de reinserción social. Su labor de generar empleo no se limita al establecimiento penitenciario, por el contrario, continúa afuera de este, como es el caso de Diana Ávila y Ariel Cartagena, dos postpenados que actualmente hacen parte del equipo de la marca.

Uno de los objetivos de Libertina es industrializar las cárceles y convertirlas en generadoras de empleo, motivando a los emprendimientos a que tengan mano de obra en los centros penitenciarios, con el fin de eliminar la estigmatización hacia las personas privadas de la libertad y mostrar que cada granito de arena suma para generar un cambio en la sociedad.

Después de todo ¿Cómo esperar que no reincidan en conductas delictivas si esta sociedad no les ofrece la posibilidad de aceptarlos e incorporarlos dentro de ella?

Uno de los objetivos de Libertina es industrializar las cárceles y convertirlas en generadoras de empleo”.

“Ellos también son seres humanos, con sueños, con metas, con derecho a tener una vida digna, educación, un trabajo digno y a aprender cosas. Las personas que estamos afuera y que tenemos ciertos privilegios, también debemos tener un poco de empatía con ellos y ayudarlos a salir adelante. De la mano de ellos podemos bajar la tasa de reincidencia y hacer que salgan mejores seres humanos”, cuenta la creadora de Libertina.

Para Ana María, Libertina es inclusión, una marca donde la ropa no tiene género y que usa la moda como un instrumento de cambio, que no solo involucra a quien la usa, sino que también a quien está detrás de ella y a cada una de sus historias. El poder que tiene Libertina es del arte, y el arte, es un poder transformador.



Entender a la moda y a la prenda como objetos portadores de ideas es vital para comprender la esencia de Libertina, donde no solo se está adquiriendo una camiseta o un abrigo, sino que también se contribuye a una labor de sensibilización al saber que esa prenda está hecha en una cárcel y se está apoyando el proceso de reinserción social de una persona privada de la libertad que quiere salir adelante.

Para conocer un poco más de este proyecto y adquirir sus prendas pueden seguir a Libertina en Instagram como [@soy_libertina](#) o visitarlos en el **Teatro Charlot, Calle 70a #9-51 en Bogotá**, donde se encuentra su showroom.





Un salto de fe y esperanza

 **Escrito por:** Valentina Luna Merchán.
 **Fotografías de:** Sebastián Evaristo Crisancho.

La administradora de empresas Karen López, se lanza a la creación de su marca durante pandemia, logrando mejores oportunidades las madres cabeza de hogar del departamento de Córdoba

Karen López es una mujer emprendedora que nació en la ciudad Santa Cruz de Lorica en el departamento de Córdoba, lugar donde creció rodeada del folclor y paisajes típicos de Colombia. Aquello le permitió descubrir nuevos panoramas inspiradores los cuales hoy en día aplica en el momento de llevar a cabo sus creaciones, que se ven influenciadas en gran manera, por la armonía que representa su marca Las Lolas Loungewear, la cual fue creada en el año 2020 durante pandemia en la ciudad de Bogotá. Lo que la diseñadora ha buscado implementar son ideas innovadoras y sofisticadas las cuales

se han adaptado perfectamente en el mercado colombiano. La empresaria cuenta una trayectoria de estudios previos en administradora de empresas, logrando siempre implementar dichos conocimientos en el impacto de la economía local; de esta manera, ella logra el desarrollo de su marca, especialmente en el transcurso de los momentos más críticos que afrontaba el mundo, la pandemia ocasionada por el Covid-19.

Junto a ello, decidió así emprender y generar nuevas oportunidades de trabajo a las madres cabezas de hogar, siendo ella parte del sector vulnerable al cual quería ayudar.

Ella resalta que su principal motor fue y es su hijo, pues tras una dura separación logró tomar todo esto como impulso para comenzar un nuevo reto, el cual le ha conseguido ser una mujer digna de admirar. Además, ella comenta que el evento más importante su vida que le permitió determinar ser diseñadora “fue vivir rodeada de telas, mi mamá es diseñadora y desde pequeña tuve ese contacto piel a piel como con las telas con los botones, ver cortar a mi mamá, coser y observar todo el proceso de diseño, desde que la compras hasta que la coses, es un nivel muy satisfactorio y realmente me marcó mucho, gracias a eso soy quien soy”.

“Desde pequeña tuve ese contacto piel a piel con con las telas y con los botones”.

Sus atuendos son inspirados en el día a día de una mujer la cual tiene que ser madre, esposa y desarrollarse profesionalmente, una cercanía a la realidad que vive la diseñadora, donde los colores de sus prendas reflejan la naturaleza, buscando con ello transmitir sensaciones de tranquilidad a sus compradoras, aspecto que logra combinarlo perfectamente con siluetas, buscando siempre la funcionalidad y la versatilidad de cada elemento, creando así siempre looks dinámicos, atemporales e interesantes.

Asimismo, ella logra que las prendas siempre se disfruten al máximo alcanzando una gran comodidad gracias al uso de materiales y texturas de fibras como el lino, olán y las sedas. Junto a ello, ella construye cada prenda gracias al diseño de siluetas de uso diario, para mujeres que se atreven a describir un mundo nuevo entre la comodidad y el placer de sentirse bien.

Para la diseñadora entrar en este mundo no ha sido fácil pues tal como ella comenta, detrás de un sueño existe un sacrificio de tiempo de calidad y de esfuerzos, donde también se ven involucrados su hijo de 11 años de edad y su esposo, pero son ellos mismos los que siempre la impulsa para no desfallecer y seguir luchando por ese proyecto de vida, el cual la involucra a ella y a muchas mujeres que necesitan una oportunidad para poder brillar.





“Todas las mujeres que portan nuestras prendas, ayudan a madres cabeza de familia. Esta es nuestra esencia”.

Dando ese salto de fe por la humanidad, donde su entrega y pasión han impactado a muchas mujeres y a trabajadoras que el día de hoy cuentan con una mejor calidad de vida, ella resalta que su mayor logro hasta el día de hoy ha sido el “poder ayudar a la comunidad vulnerable de mi ciudad, Córdoba, donde hay muchas madres cabeza de hogar, donde más que empezar con mi empresa y que mis clientes les guste mi producto, es poder contribuir de alguna manera a la sociedad”.

La diseñadora ha logrado resaltar por su perseverancia, la cual siempre tiene como prioridad dar a conocer y enorgullecer el producto interno de Colombia; con ello Karen López ha logrado conseguir cada uno de sus objetivos, llegando a ser motivación para otras mujeres que están en búsqueda de sus sueños, demostrando que realmente estos se pueden hacer realidad.

Esos sueños que se ven también reflejados en su nuevo hijo Fausto, quien nació en septiembre del presente año, el cual seguramente será su nueva musa para que la diseñadora siga dando lo mejor de sí en la industria creativa.

Es posible admirar su trabajo y conseguir sus productos por medio de sus redes sociales, en Instagram como:

[@laslolas_loungewear](https://www.instagram.com/laslolas_loungewear)

Ella resalta que su mayor logro hasta el día de hoy ha sido el “poder ayudar a la comunidad vulnerable de la ciudad de Córdoba”.



La geometría expuesta en cada detalle

Escrito por: Valentina Luna Merchán.
Fotografías de: Nazir García.



La creación y la reinterpretación de accesorios 100% artesanales pensados en ti

La diseñadora Paola López llega con su enfoque creativo para mejorar la visión artesanal; se caracteriza por ser constante, apasionada y una mujer empoderada que, como ella misma lo describe, va siempre de la mano de Dios, ese ser que la guía en cada paso de su vida y le da sabiduría para lograr crear una marca que no solo busca un cambio ambiental, si no que busca generar un verdadero impacto en la sociedad.

Para la ella es realmente importante transmitir sus pensamientos y su esencia por medio de su ingenio creativo, esto por medio de su marca Prata, la cual siempre busca tener cero impactos ambientales y a su vez logra empoderar a

mujeres que, como ella, están dispuesta a luchar por una mejor humanidad. Desde muy pequeña Paola López comenzó a diseñar, es así como los recuerdos de su infancia vuelven a su mente, donde su mamá y su abuela hacían confección, desde un diminuto taller que estaba instalado en su casa. Para ella los retazos eran pequeños pedazos que se podrían transformar y reinventar en creaciones con un gran valor, pasando desde guantes, hasta moños para la cabeza, vestidos de muñecas, donde contó con la mejor profesora en la confección: su abuela, siendo cómplice en la creación de una herramienta la cual le ayudaría como estilo de vida a la diseñadora.

Prata significa Plata, siendo este su color favorito y el cual considera uno de los más versátiles ”.



Su imaginación siempre se ve en la reinterpretación de prendas creativas y mejoradas que buscaban siempre la distinción, elemento perfecto el cual poco a poco adentrarse en el mundo del diseño de moda, siendo para ella un gran logro pues le permitió afianzar sus conocimientos en la reconocida Escuela de Diseño y Mercadeo De Moda Arturo Tejada Cano.

Y fue en tal institución donde aprendió cada una de las habilidades las cuales utiliza en su marca Prata, donde trae consigo propuestas de accesorios fascinantes, artesanales y creativos, obteniendo con ello un emprendimiento que ayuda a resaltar el talento real con el que cuenta Colombia. Para la diseñadora es fundamental pensar en cada aspecto que afecta el mundo de la moda, por esta razón su marca busca rescatar cada pieza, en donde, gracias a su amplia experiencia en el mundo de la marroquinería y los accesorios, logró ampliar su visión y encontrar una gran falencia que producía el mundo textil: el desperdicio de materiales y la poca reutilización que se le daba a los mismos.



[En-poder](#)

Es por esta razón por la que decidió crear su marca, la cual este en armonía con sus ideales, permitiéndole rescatar dichos elementos. Su emprendimiento cuenta con artículos de alta calidad con diseños exclusivos, en los cuales se permite jugar con la paleta de colores y con una gran variedad de texturas. Durante ese recorrido se amplió el camino de su marca, donde es necesario destacar el acompañamiento por madres cabeza de hogar a las cuales apoyaba con trabajo, un proceso en el cual tuvo gran cabida en el mercado y que le abrió muchas puertas como en el Reinado Nacional de Cartagena, además de participar en ferias nacionales e internacionales.

Prata significa Plata, siendo este su color favorito y el cual considera uno de los más versátiles como lo ve reflejado perfectamente en su marca, una marca versátil que está en constante búsqueda de ser diferente, que busca establecer tendencia en pequeños detalles como lo son la joyería donde crea una gran diferencia por ser piezas artesanales, hechas a mano, con la reinterpretación de materiales como el cuero, la plata, el bronce, el oro, entre otras.



Uno de sus mayores retos a nivel profesional es lograr combinar los tiempos pues aparte de ser una excelente diseñadora es una gran madre, donde sus dos hijos Josué Garcia y Siana Garcia han sido su gran motivación para el desarrollo de este hermoso proyecto, claramente sin perder la dirección que se ha venido planteado y desarrollando a lo largo tiempo.

Paola López se considera una mujer realmente responsable, perfeccionista y detallista, la cual plasma en cada detalle sus valores, por esa razón su principal inspiración es la geometría y la reinterpretación contaste que tienen las mujeres todos los días de sus vidas. Es así que gracias a esto logra producir piezas creativas y muy originales que buscan trascender con la moda tradicional, para así lograr ofrecer a su público objetivo exactamente lo que se está buscando.

Es posible encontrar su gran trabajo en sus redes sociales, en Facebook como PRATA PAOLA LOPEZ; los invitamos a seguirla y apoyar el talento colombiano.

[@pratapaolalopez](#)

02



ETNOLOGICA

Llegando a cada **CORAZÓN** por medio de una donación

Escrito por: Valentina Luna Merchán

Fotografías de: Jaime Sebastián Salirrosas y la autora

Unidos somos más, la nueva ola de transformación social y ambiental por medio de un nuevo enfoque que impacta la humanidad

Los buenos actos son más, por esta razón se lleva a cabo una gran “Donatón”, evento que permite unir a cientos de personas con una misma misión: lograr un impacto en la sostenibilidad de la moda ambiental y social. Su desarrollo se llevó a cabo en las primeras semanas del mes de diciembre en el año 2022, haciendo partícipes a todo aquel de buen corazón en Bogotá-Colombia y sus alrededores. Esta iniciativa fue la unión creada por Alana Bracamonte y la marca Art Vmoon, buscando brindar una sonrisa a las personas más vulnerables de la ciudad, pasando desde abuelitos de ancianatos públicos hasta niños de escasos recursos.

Por otra parte, ha quedado demostrado que la expresión latina “concordia res parvae crescunt” que traduce “la unión hace la fuerza” (Immohunter24.com, 2022), se ve reflejada perfectamente en actos de bondad como estos, logrando dejar una gran enseñanza en el prójimo. Esta iniciativa busca la recolección de 1.000 prendas donadas para lograr la transformación y reutilización de la materia prima, dando un giro

a la moda y sus desperdicios; esta campaña tiene como objetivo dar una segunda vida útil a ropa para ser transformadas y no desechadas.

Según la Real Academia de la Lengua Española la moda es el “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos” (Real Academia Española, 2021). Pero el concepto de tal palabra va más allá que una simple prenda, siendo esta la integración de sentimientos y sensaciones, las cuales las personas utilizan como herramienta para llegar ser percibidos; la moda une pensamientos, transforma vidas y logra cambios más significativos de lo que cualquiera se pueda llegar a plantear.

La moda es la segunda industria mayor contaminante en el mundo, trayendo consigo miles de residuos sólidos, contaminación en aguas, pasando desde ríos, mares, lagos, afectando con gases en el efecto invernadero, entre otras. Sin embargo, aunque esta es una necesidad básica en el ser humano, con ella trae la destrucción del medio ambiente.

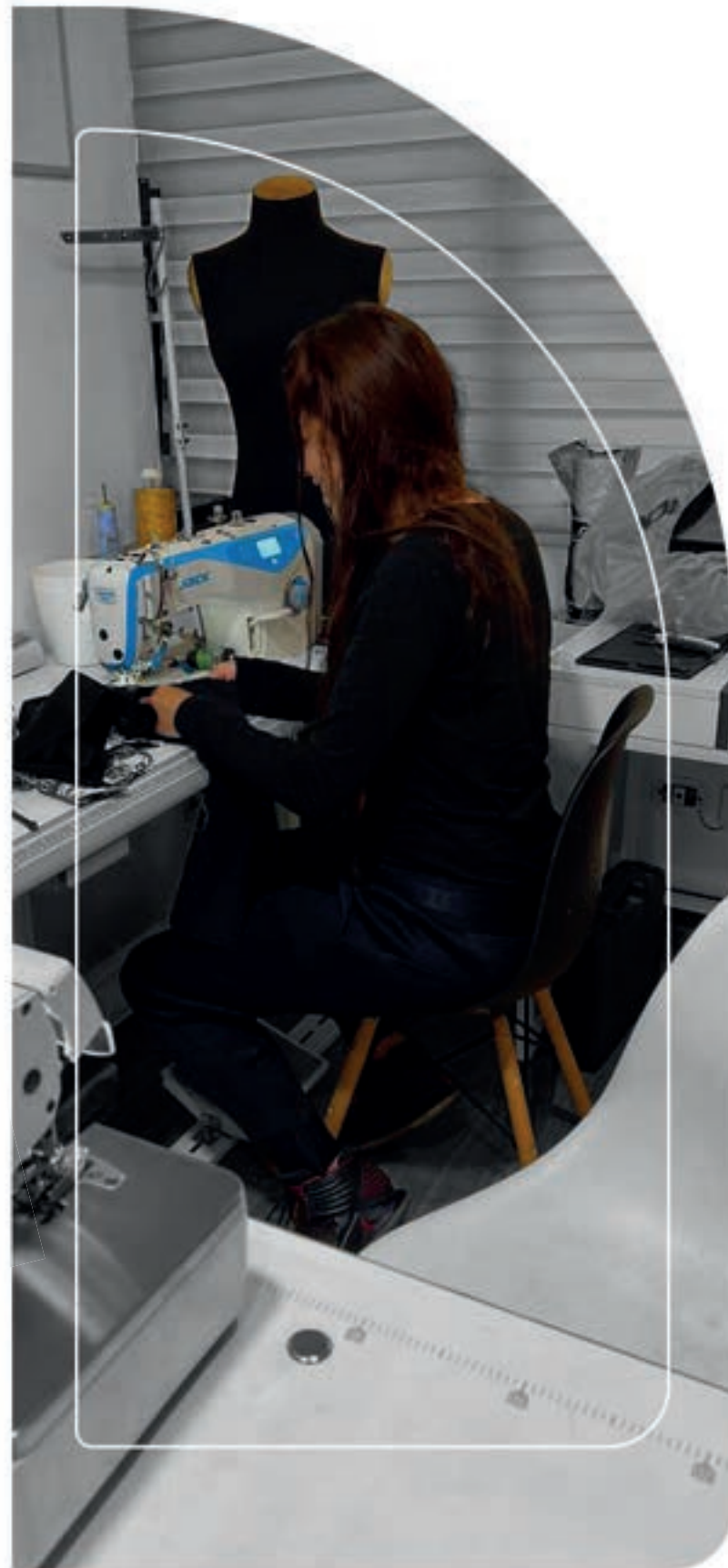


Esta iniciativa busca la recolección de 1.000 prendas donadas para lograr la transformación y reutilización de la materia prima, dando un giro a la moda y sus desperdicios”.

Después de cada efecto negativo que trae la moda consigo, es momento de dar un giro drástico a esta percepción de colectivos, permitiéndolos ser partícipes de una nueva manera de integrar una visión en el equilibrio y sostenibilidad, el cual necesita la naturaleza con urgencia.

Es necesario crear nuevos escenarios que permitan la participación de propuestas que logren sensibilizar y aportar un pequeño cambio a lo ya conocido, mostrando como por medio de una pequeña iniciativa se puede lograr un impacto en sectores que a su vez están siendo olvidados. Por esta razón, **Alana Bracamonte** con tan solo 18 años de edad ha creado diferentes iniciativas con el apoyo e impulso de sus padres, proyectos que han pasado desde la creación de diez bibliotecas públicas, hasta su nuevo trabajo enfocado en la donación de prendas en la ciudad de Bogotá.

“La moda une pensamientos, transforma vidas y logra cambios más significativos de lo que cualquiera se pueda llegar a plantear”.



A esta actividad se sumó la marca **Art Vmoon**, la cual aplica la personalización de prendas, todo ello por medio de técnicas artesanales, en donde su mayor enfoque es el impacto de cero residuos por medio de la interpretación.

A su vez siendo participe la comunidad Bogotana, los cuales son los principales transformadores de cada uno de los elementos que se donaran, utilizando todo su ingenio y el conocimiento brindado por la marca Art Vmoon, la cual capacitará a jóvenes de la ciudad y le enseñará la forma adecuada para la co-creación de nuevas prendas, logrando darles una segunda vida. Prendas que fueron intervenidas por ellos mismos, demostrando que por medio de la creatividad se logra transmitir un sentimiento de fe y bondad. La nueva Era del cambio está siendo participe con su liderazgo, evidenciando que la transformación de la ropa, puede ser el cambio de una vida.

Esta campaña busca reflejar la solidaridad y la integridad por el otro; más que una donación este proyecto es la mejor forma de crear conciencia en que unidos somos más, de que juntos podemos lograr pequeños pasos significativos que pueden ser ejemplo para nuevas iniciativas de transformación apoyando a los que más necesitan se den.

Junto a ello, se demuestra que la moda no solo trae consigo consecuencias nocivas para el medio ambiente, sino todo lo contrario, puede surgir una nueva vida útil a lo que consideramos perdido; además, trae enseñanzas de amor por medio de actos y la integración de nuevos cambios ecológicamente sostenibles.



Este es un llamado a cada uno de los lectores de este artículo, demostrado que muchas veces contamos con prendas que ya no se usan, o quizás ya no les gustan, pero a través de modificaciones y restauraciones logran tener de nuevo un valor gigante para los que más lo necesitan. Esperamos realmente que con este texto se logre dar un enfoque nuevo a la percepción de la moda, valor que le dieron cada uno de los siguientes donantes: Alana Bracamonte, María Alejandra Palomino Tamayo, Camilo Andrés Córdoba, Daniel Castro Trujillo, Daniela Pinzón Acosta, Camila Sofia Huertas Pérez, Enrique Valbuena Beltrán, Miriam Merchán, Olga Lucía Alarcón Coronado.

¡La sociedad y el medio ambiente se los agradece!

Referencias bibliográficas:

Immohunter24.com. (2022). Obtenido de <https://www.immohunter24.com/asociado/>

Real Academia Española. (2021). Obtenido de <https://dle.rae.es/moda>

La moda se conecta con la naturaleza gracias a Tarpui

Escrito por: María Paula Rodríguez y Viviana Hernández
Fotografías de: María Paula Rodríguez

Es una marca sostenible que nace como contraposición a las cifras desalentadoras del Fast Fashion, destacándose por su consumo responsable y el uso de fibras naturales

La diseñadora colombiana Lina Bermeo es la creadora de **Tarpui**, una marca de moda sostenible que nació de la búsqueda por hacer cambios en torno a hábitos de vida, medicina tradicional y en la responsabilidad de consumo, buscando con ello una salida de la moda rápida, del *fast fashion* y de las consecuencias negativas que en el mundo se ha venido generando, tanto en el medio ambiente como la sociedad.

Tarpui busca generar una conexión con la naturaleza pues tal como Lina expresa que “esperamos volver a tener un encuentro con las prendas, además de una relación estrecha con lo que compramos, así mismo generar un vínculo a través de las plantas con la medicina. Esto es fundamental”. Junto a ello, la marca se identifica por trabajar con pigmentos y fibras de origen natural, lo cual permite que los productos tengan una vida útil, mucho más duradera, e incluso se puedan biodegradar o desechar de la mejor manera.



Esperamos volver a tener un encuentro con las prendas, además de una relación estrecha con lo que compramos, así mismo generar un vínculo a través de las plantas con la medicina”.

Los elementos que trabaja la marca en su mayoría son naturales donde su cosecha y tratamiento son esenciales; materiales como la seda, lana, fique, algodón y linos tienen el protagonismo en estas prendas. Asimismo, la intervención de sus productos cuenta con un proceso de tinte y pigmentación que se hace a través de un conocimiento amplio por parte de la diseñadora, además de tener claro la época adecuada de cosecha de las plantas que ella utiliza.

Junto a ello, Lina asegura que las estaciones de la luna son fundamentales en su desarrollo pues rigen mucho los elementos de la naturaleza, es por esto que en su proceso de creación también es elemental saber el momento en el que hay luna llena para aprovechar al máximo la sabia de las plantas.

Además de las bases naturales que la marca trabaja en sus colecciones, Tarpui hace un aporte extraordinario a la industria de la moda en cuanto a la intervención de estas con pigmentos naturales los cuales se obtienen de una biblioteca de colores que ella tiene establecido, los cuales emergen de elementos como la cebolla, la cúrcuma, la flor de Jamaica, las hojas, que previamente han sido estandarizados, convirtiéndose en su toque personal haciendo únicos sus textiles.

Tarpui, una marca de moda sostenible que nació de la búsqueda por hacer cambios en torno a hábitos de vida, medicina tradicional y en la responsabilidad de consumo, buscando con ello una salida de la moda rápida, del fast fashion y de las consecuencias negativas que en el mundo se ha venido generando, tanto en el medio ambiente como la sociedad”.



Algo que es necesario resaltar de Lina Bermeo es su filosofía sostenible, la cual se refleja en cada aspecto de su vida, pues tal como ella lo expresa “como diseñadores debemos apuntar a crear nuevos proyectos con un enfoque más amable, responsable y consiente con el medio ambiente”, algo que se ve en la marca gracias a todos los procesos que ella ejecuta en pro del ecosistema.

La marca se ha fortalecido y ha tenido un vertiginoso crecimiento gracias a alianzas con plataformas como lo es MOLA, un movimiento internacional de moda sostenible Latinoamericana, con la cual lograron representar en la semana de la moda en Nueva York a los nuevos emprendimientos colombianos. Por otro lado, Tarpui también participó en la edición pasada de Colombia Moda, esto como nuevo emprendimiento, donde quedó seleccionada como una de las cinco marcas para la pasarela, la cual se caracterizó por generar una excelente respuesta en los espectadores.

Es posible acceder a sus colecciones por medio de su cuenta de Instagram @tarpui.co, en Facebook como Lina Bermeo-Tarpui y también pueden acceder a sus otras opciones digitales en su linktr:

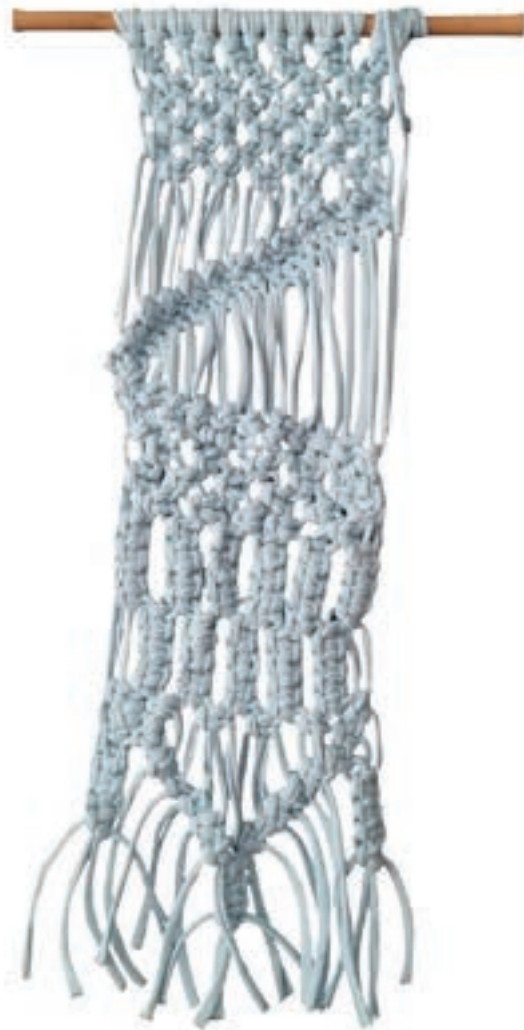
<https://linktr.ee/tarpui.co>



El valor de las cosas elaboradas a mano

Escrito por: Luiza Fernanda Córdoba Bobadilla
Fotografías de: La autora.

Cada pieza es una obra de arte que reúne tiempo, materiales, conocimientos e historias



Desde los inicios el ser humano ha empleado sus manos para fabricar diversos objetos para cumplir sus necesidades y comodidades; hoy en día, el límite de las personas, con respecto a la creación de cosas, recae en la creatividad e imaginación, pues el avance de la tecnología ayuda a hacer realidad casi todas las ideas. Sin embargo, aunque poco a poco se ha ido industrializando la fabricación de muchos objetos, aún se mantiene la elaboración de algunos elementos manualmente.

Es necesario tener en cuenta que las cosas ya sea ropa, accesorios, artesanías u obras de arte elaboradas a mano se consideran piezas únicas, exclusivas y que no se fabrican de manera masiva. Por tal motivo es importante ser consciente del esfuerzo, los conocimientos y tiempo que implica el diseño y la fabricación de cada pieza manual. Junto a ello, es importante que las personas aprendan a valorar cada pieza, accesorio, prenda y demás elementos, cuya importancia nunca será mínima, sino que por el contrario, el tiempo invertido, los materiales y los conocimientos utilizados para la elaboración de cada elemento es fundamental y único.



“No solo se beneficia el consumidor, sino también el artesano”.



Al comprar productos elaborados a mano se colabora a muchos emprendedores y/o artesanos que se dedican a la venta de este tipo de piezas, también brindando un impulso a que se conserven estos oficios y continúen con la fabricación de cada elemento, valorando el esfuerzo y procedimiento de cada uno.

En el mundo una de las más grandes problemáticas que se presentan en el mercado laboral es la mano de obra barata, lo cual se refiere al esfuerzo físico y mental que se aplica durante cada proceso de elaboración de algo; además, esta problemática es creada por aquellas personas que están dispuestas a realizar una labor por una retribución monetaria mínima sin tener en cuenta la calidad del producto, aspecto que afecta negativamente en todo el gremio de trabajadores que están en ese sector.

Asimismo, en la industria de la moda muchos empresarios se aprovechan de estas personas que ofrecen mano de obra barata debido a las necesidades que pueden estar presentando, especialmente en países pocos desarrollados, donde emplean la ciudadanía por bajo costo para la creación de ropa, calzado, accesorios y demás elementos baratos y de mala calidad.

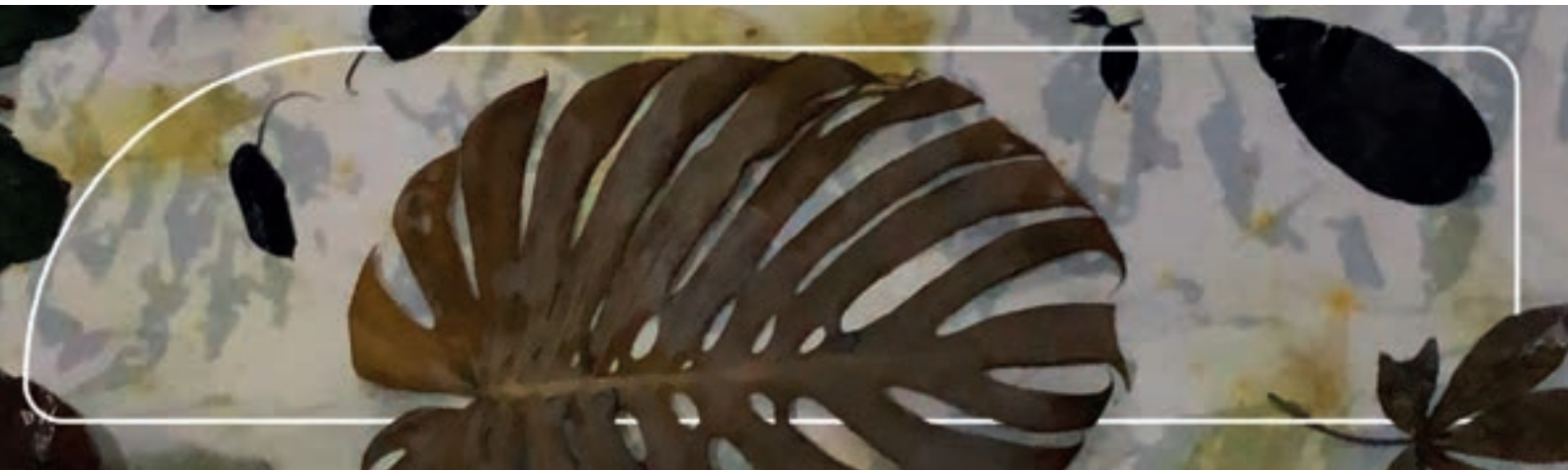
Las cosas hechas a mano tienen un toque especial, cuentan con un encanto particular, único e irreplicable que generalmente no se encuentra en objetos producidos en cadena; es por ello por lo que es necesario darle el valor que merecen estos productos, detallando cada paso para llegar al resultado final en donde no solo se beneficia el consumidor, sino también el artesano.

Además, es necesario ser conscientes del valor que pueden llegar estos productos pues todos los factores como el tiempo invertido, el tipo de materiales que se emplearon y los conocimientos que tiene la persona para lograr producto, son tomados en cuenta para darle su precio.



Moda sostenible en la mano de los nuevos emprendimientos colombianos

Escrito por: Valentina Luna Merchán
Fotografías de: La autora



Colombia se viste para un mejor futuro al estilo del diseñador Henry Piedrahita: con sus creaciones logra captar la atención y mantenerse a la vanguardia de la moda

Katari es una marca única con enfoque ambiental, la cual cuenta historias que definen el ser colombiano. El diseñador Henry Piedrahita llegó para quedarse dándole un nuevo giro al mundo de la moda, pues con tan solo 36 años encontró una nueva visión en el sector textil. Desde hace dos años creó con su emprendimiento un panorama alentador para ayudar a la humanidad, esto gracias a la implementación de atuendos únicos, inspirados en los cuatro elementos de la "Pachamama", como él lo describe, donde trabaja gracias a la elaboración de pigmentos y con técnicas artesanales que no son nocivas para el entorno.

Es bien conocido que la industria de la moda es una de las más contaminantes a nivel mundial, ubicada en el segundo puesto después del fracking, o explotación de suelos, es por ello por lo cual diseñadores como Henry Piedrahita, desde su enfoque profesional, demuestran que se puede lograr un pequeño cambio el cual sirve como ejemplo a nuevos emprendimientos de futuras generaciones.

Es así como esta marca utiliza materiales reciclados como lo son el denim pet y otros elementos orgánicos como las fibras en base de algodón, las cuales cuentan con etiqueta de sello

verde, de esta forma el diseñador demuestra que: "estamos dando precisamente una lucha contra el Fast Fashion usando como herramienta el Slow Fashion, entonces el enfoque ambiental de la marca está dado hacia prendas que tienen procesos artesanales y no contaminantes con el medio ambiente, para que sean prendas duraderas" resalta Henry Piedrahita.

Entonces, el objetivo de esta marca es retribuirle a la madre naturaleza cada uno de sus elementos brindados al ser humano, esto dando una nueva expresión estética a las semillas y a hojas caídas de los árboles, a partir de la creación de pigmentos y diseño de bordados que evocan, además de conmemorar, las culturas ancestrales colombianas.

Estas técnicas artesanales, a pesar de que se vienen perdiendo con el paso del tiempo, el diseñador decidió darles vida, con el fin de captar un nuevo público consiente de la problemática ambiental que se viene vivido hace algunos años.

Aquello le ha permitido transmitir en sus accesorios y atuendos sensaciones agradables a sus clientes, esto captando su atención gracias a la elaboración de sublimación botánica, junto con el uso de pintura natural las cuales son acompañadas con técnicas de macramé y che-nille; gracias a todo eso, se logra crear texturas y relieves llamativas, todo lo anterior por medio de materiales reutilizados.

Henry Piedrahita desde muy pequeño se consideró un niño apasionado y entregado al sector artístico, acompañado e impulsado por su familia, junto con sus mezclas culturales. La ilustración y la pintura fueron su principal pilar, pero su pasión despertó al ver a su madre cocer en su taller, pues él recuerda como pasaba horas viendo aquella máquina "cosía y cosía y no paraba" y, aunque ella lo hacía de forma empírica, para él fue el comienzo de lo que fue el desarrollo de una de las marcas con mayor visión eco-friendly en la industria textil. Aquella inspiración que lo llevó a la confección de prendas únicas y creativas en el mercado.

“El objetivo de esta marca es retribuirle a la madre naturaleza cada uno de sus elementos brindados al ser humano”.



Asimismo, desde muy pequeño comenzó vistiendo a pequeñas muñecas, evolucionando paso a paso hasta llegar hoy en día vestir a grandes reinas como lo es la Señorita Meta; además, ha logrado incursionar en eventos internacionales como lo es Mola Week y Corferias, llevando productos únicos e inspirados en la reutilización de elementos, creando atuendos que lo ubican en la vanguardia como un joven colombiano con visión futurista en el mundo de la moda.

Henry Piedrahita explica que muchas veces su inspiración viene al momento de respirar, pues considera que dejando la mente en blanco y meditando es la mejor forma de perderse para volverse a encontrarse; gran parte de esa motivación e inspiración por su proyecto como estilo de vida lo encuentra en su familia, su pareja, sus dos gatos Coco y Chanel y sus perros Baltazar y Dante son parte esencial en el proceso de creatividad.

El diseñador colombiano piensa que entrar en el mundo de la moda no ha sido fácil, por esta razón toma las críticas con agradecimiento pues considera que son las mismas las que le han permitido un mejor desarrollo en su marca.

Además, a nivel creativo logra absorber esos pensamientos para la implementación de nuevos diseños, pues él sabe que el área textil ambiental en Colombia no es fácil ya que no es un tema muy conocido y valorado; sin embargo, expresa que la mejor forma de seguir posicionándose es continuar soñado y nunca persistir con una meta. Él ha demostrado que es posible conseguir con constancia, dedicación y amor cada sueño que uno se plantee.

La principal forma de llegar a su público objetivo es por medio de tiendas online y redes sociales, lo cual le ha permitido dar mayor visibilidad y posicionamiento a su marca. Es posible ver todos sus productos en Instagram como:

@kataricolombia

Desde muy pequeño comenzó vistiendo a pequeñas muñecas, evolucionando paso a paso hasta llegar hoy en día vestir a grandes reinas.

03

PERSONALITIES



El poder de renacer

Escrito por: María Paula Rodríguez y Viviana Hernández Guerrero
 Fotografías de: Fabián Felipe Zapata Rozo

Futuro diseñador comenta su historia, cuenta cómo a través de la moda logró reencontrarse y aceptar cada vez más su verdadero ser

Felipe Zapata Rozo, es un estudiante de diseño de moda y amante del mundo **Drag Queen**, quien desde temprana edad sabía que quería estudiar moda con el fin de dedicarse a hacer ropa para mujeres, pues son las que lo inspiran profundamente en cada creación que realiza. Él relata que compartir con su hermana menor y jugar con sus muñecas, desarrolló en él el deseo de vestir, confeccionar y diseñar prendas; fue a partir de aquello cuando comenzó su carrera.

Felipe Zapata es una persona bastante empática y muy sociable, suele relacionarse muy bien con las personas además de generar fácilmente amistades que aportan cosas positivas en su vida. Se identifica a si mismo por ser muy creativo y resolutivo, con una personalidad arrolladora y explosiva, donde generalmente crea vínculos estrechos rápidamente con las mujeres, pues como él mismo explica, son su mayor musa, "como diseñador me gusta más trabajar con

mujeres, el cuerpo femenino es inspiración, busco enseñarlo de forma agraciada".

El comienzo, tanto en su carrera universitaria como diseñador y en su personificación como Drag Queen fue bastante difícil y llena de retos, pues Felipe no contaba con los recursos económicos necesarios para iniciar su carrera una vez egresado del colegio, así que tuvo que empezar a trabajar fuertemente para cumplir su sueño. En cuanto al introducirse a este mundo artístico de transformación, también hubo mucho miedo por parte de él y lo que la sociedad fuera a pensar.

Para el joven diseñador la moda es la forma en que puede gritar lo que siente, es arte y un reflejo de su personalidad, incluso afirma que es revolución. Felipe suele realizar diseños de exhibición y expresa que le encantaría llegar a vestir a grandes celebridades como Bella Hadid o las hermanas Kardashian, por quienes siente que comparten un estilo muy a fin con él.



D R A G



“Para el joven diseñador la moda es la forma en que puede gritar lo que siente, es arte y un reflejo de su personalidad, incluso afirma que es revolución”.

Su inicio como Drag Queen fue un paso bastante importante, la idea y su deseo se dio a partir de la serie de televisión *Ru Paul's Drag Race*; Felipe recuerda que inició como Drag a escondidas, pues, aunque su madre sabía sobre su orientación, aun no aceptaba esta parte de él. El joven artista cuenta que ese fue uno de sus mayores sueños en este momento de su vida pues empezó a aceptar y amar quien realmente es, especialmente con el fin de lograr que su familia, especialmente su madre, lo acepten tal cual es.

El mundo del *Drag* le ha dado a Felipe muchas alegrías y reconocimiento, él se siente más

seguro y empoderado con su dualidad: **Cloe Evangelista**, su personaje, el cual lo hace sentir otra persona llena de fuerza y arte. Esta aceptación viene de grandes esfuerzos y desafíos para él, pues aún recuerda el *bullying* por parte de sus compañeros de colegio y de personas conocidas que hicieron que le temiera tanto a mostrar su verdadera persona.

Por medio de sus redes sociales Felipe Zapata busca cada día expresar su forma de ser; puedes visitar su perfil personal en Instagram como [@cloe.zapata_30](#) y [@passionforfashioncloe](#) para ver su marca de ropa.

Q U E E N

El recorrido de un camino sin ataduras entre lo sostenible y gótico

Escrito por: Stefania Ramírez López.
Fotografías de: Dimarc Ayala y la autora.

La diseñadora e investigadora Angela Ramos López se define como cuervo libre dentro de un cementerio de ovejas blancas

La astrología, el tarot, los temas de energías, Los Expedientes Secretos X, el mundo ñoño, lo espiritual, la historia, la moda, la docencia, lo sostenible y los tatuajes son elementos fundamentales para la diseñadora colombiana Angela Ramos, quien, a pesar de altos y bajos no deja que nada ni nadie la encierre. Su formación profesional inició en UNITEC donde obtuvo el título de tecnología en cine fotografía, pues soñaba con ser directora de cine; más adelante, en el 2007 realizó un diplomado en escritura creativa en la Pontificia Universidad Javeriana. Ya en el 2009 decidió tomar rumbo por un área que hoy en día la apasiona, decidió estudiar diseño y mercadeo de moda en la Arturo Tejada Cano.

Mientras aprendía sobre el mundo de la moda, con su esposo en el 2010 crearon una fundación cultural llamada Fundación Laboratorio Cultural Astarte, la cual fue un proceso muy bonito pues, ella expresa:

“Aprendí a trabajar con jóvenes y hacer todo ese tema de la cultura, lo que ahora se conoce como economía naranja, pero en esa época eso parecía de gente loca”.

Sin duda ese fue un proyecto que marcó parte de su vida pues se convirtió en un espacio, una casa donde aficionados, comunidades y amantes del mundo *geek* se reunía para jugar rol de literatura fantástica como Harry Potter, Crepúsculo, Los Expedientes Secretos X; además, contaban con un cine club, tertulias literarias de poesía, talleres de vídeo, realizaban conversatorios en el SOFA, entre otras actividades.

Sin embargo, a pesar de ser un espacio fantástico ellos se vieron obligados a cerrarlo pues no contaron con apoyo para continuarlo; aquello fue un golpe duro para Angela, ya que al pasar el tiempo fue difícil mantenerlo debido a cuestiones económicas. En el 2012 se graduó de la Arturo Tejada, y aun estando en duelo por el proceso doloroso de cerrar su fundación, ella decidió raparse, esto con el fin de reflejar el “quiero cambiar esta situación”.

Ya en el año 2013 ella inició el proceso para ser profesional en el Politécnico Grancolombiano, el cual para ella fue un camino lindo, donde su madre fue, es y será su pilar, siendo ella un gran apoyo tanto económico y como moral, pues gracias a ella, logró continuar sus estudios profesionales.



“Angela logró aceptarse y amarse sobre todas las cosas, el amor propio es importante para todos”.

Después de cerrar su formación en el Politécnico Grancolombiano ella decidió cursar su Maestría en Historia en la Pontificia Universidad Javeriana; este fue un obstáculo, pues ella no deseaba continuar sus estudios en temas relacionados a la moda, por tal motivo decidió enfocarse en un área donde no contaba con el conocimiento previo de la historia, sin embargo, Angela tenía en mente que tal camino la ayudaría a complementar su formación ya que, como ella lo comenta:

“no quería hacer una maestría en Diseño pues yo siento que si uno se quedan en una sola área de conocimiento uno se vuelve una persona demasiado monotemática y a mí me aterra ser monotemática porque siempre me ha gustado estar inmersa en los libros y conocer otros tipos de cosas”.

El tema de estudio de su tesis de maestría fue la transformación del cuerpo a través del vestido de la mujer en la élite bogotana entre 1886 a 1930, todo el periodo de la hegemonía conservadora. El objetivo de su investigación fue estudiar el cuerpo femenino desde el género y cómo iba ese estilo entallado de esa silueta reloj de arena, o silueta tipo avispa, a una mujer ya moderna de la década del 20.

Un aspecto que ella resalta con orgullo que más la ha marcado hasta ahora fue ver su nombre en el libro "Estudio de la moda en Colombia" de Eduardo Salazar publicado por la Editorial Tadeo, donde: "Ver mi nombre entre esas páginas ha sido lo más gratificante hasta ahora", expresa Ángela. Ya en el 2019 decidió iniciar un doctorado de ciencias sociales y humanas en la Pontificia Universidad Javeriana, cuyo tema de estudio está relacionado con el creador de la moda en Bogotá. Otro obstáculo con el que se ha enfrentado fue el tema de género.

Cuando era pequeña fue deportista de alto rendimiento en patinaje; sin embargo, por diversas cuestiones decidió dejarlo y con ello ella experimentó un cambio en su cuerpo.

A pesar de sus altibajos, Ángela logró aceptarse y amarse sobre todas las cosas, "el amor propio es importante para todos", donde

el tatuaje fue un aspecto que le ayudó a amar su cuerpo. Con respecto a la sostenibilidad en el mundo de la moda, ella lo considera como una manera de ver mundo, como una oportunidad para iniciar de nuevo y corregir los errores del ser humano, pues tal como lo expresa Ángela:

"la sostenibilidad no es una tendencia, no es solamente un estilo de vida, no es solamente si se hacen prendas con algodón orgánico o con algodón reciclado, la sostenibilidad tiene que ver con una manera de ver el mundo, es volver al inicio".

Por tal, este camino es tan importante para ella. Junto a ello, Ángela cuenta con una marca llamada Luthien Fashion Design, la cual actualmente se encuentra en pausa pues está totalmente enfocada en su tesis doctoral; sin embargo, ella desea retomarla lo más pronto posible. En Luthien Fashion Design unifica asesorías personalizadas, apoyo de la plataforma digital Pinterest y el trabajo a mano, con el fin de construir un vínculo con el cliente, para que este pueda tener la mejor experiencia y el mejor producto; junto a ello, la marca tiene fin proyectar: historia de la moda más espiritualidad más sostenibilidad.





La sostenibilidad no es una tendencia, ... tiene que ver con una manera de ver el mundo, es volver al inicio ”.

Una de las personas que más marcó su vida fue Theodore Vera Silva, su padrino de bautismo, pues él siempre la inspiró a seguir adelante; sin duda él ha sido su ejemplo a seguir, lamentablemente falleció cuando ella finalizó la maestría, “fue un ángel para mí y aún siento su presencia”, expresa Angela.

Es tanto su admiración por él que ella tomó la decisión de realizar el doctorado. A pesar de ser un alma que no le gusta estar encerrado, ni sentirse enjaulado, la academia es un universo que ella considera importante en su vida, donde en cada clase busca sembrar semillas en sus estudiantes, a quienes ella siempre les aconseja que sean diseñadores con un propósito de vida, en donde conecten cada palabra con la mente; que ellos tengan su propio manifiesto.


La lectura es una pasión para ella, al igual que escribir. Es obsesiva con el cabello, siempre cambia de color. Las mejores conversaciones son con café, en donde hablar de cosas de la vida se convierte en un escenario relajante. Le encantan las fiestas góticas, escuchar rock clásico como Pink Floyd y Queen.

Finalmente, ella ama tener momentos para sí misma, pues a lo largo de su vida el estar sola, la soledad, ha sido una gran compañía.

Sus planes a futuro son finalizar su proyecto doctoral, retomar su marca, incursionar más en temas relacionados con el feminismo espiritual. Con respecto al mundo académico Angela quiere asociarlo con lo espiritual, pues, de acuerdo con ella, la docencia siempre va de la mano en la vida, aunque “soy un alma libre”, quiere empezar el lado de la investigación y expandirse más para poder dejar semillas en las personas, “nunca se deja la docencia”. Además de ello, desea explorar y trabajar sobre el corsé exterior, profundizar en tal tema que tanto le encanta y apasiona.



Marietta Valentto, la esencia de personas reales detrás de una marca

 **Escrito por:** Dennise Gabriela Galeano Quintero.
Fotografías de: Sara Manrique



Retrato de María Paula Manrique
(creadora de la marca)

Un espacio en el que la
creatividad y el diseño se
encaminan en un solo atributo,
la aceptación o el amor propio.

María Paula Manrique, una mujer apasionada por el empoderamiento femenino, diseñadora de modas bogotana egresada del Politécnico Grancolombiano y directora creativa de Marietta Valentto con tan solo 25 años ha logrado innovar en un mercado en el que el producto no se centra en las tendencias, prendas, estampados o colores, sino en la calidad, las vivencias y situaciones actuales y la autoestima de las mujeres.

Desde pequeña tuvo clara su decisión e inclinación por el diseño de modas como profesión y ocupación, cuando salió del colegio dentro de sus opciones estaban instituciones alrededor de la universidad de Los Andes, la Jorge Tadeo Lozano, y la LCI, sin embargo, su enfoque logró iden-

tificarlo en el Politécnico Grancolombiano, debido a que su orientación profesional se inclinaba al saber dirigir y emprender en su propia marca, apalancándose del conocimiento técnico de otros profesionales del área. Empezó a trabajar en tiendas de ropa, escalando profesionalmente, lo cual le dio experiencia en todos los ámbitos principales de lo que significa tener una marca.

Teniendo especial cuidado con la atención al cliente, ya que no le interesaba conectar con las personas desde una cifra ni un objetivo de ventas, sino por el contrario lograr que las mismas realmente salieran a gusto con lo que compraba, ya que tenía la certeza de que dentro de lo que llevaba sus atributos resaltaban.

En el año 2021, a los tres meses de haberse graduado María Paula empezó a materializar el sueño de emprender en Colombia, creando su propia marca de ropa Slow Fashion, con un enfoque y aporte familiar que tiene un gran peso e importancia en todos sus procesos.

Marietta Valentto brinda una experiencia completa para el cliente desde el principio del buen consejo, la sinceridad y la asesoría en compras inteligentes, la cual se fortalece con atributos como los buenos materiales y el diseño personalizado saliendo por completo de las casillas de estereotipos e influencias culturales, aportando valor a las distintas cualidades físicas que puedan tener las personas, porque entiende que a partir de ahí radica y nace la grandeza de esencia en cada uno de los individuos que han aportado al crecimiento de su emprendimiento.

Todos los procesos creativos de la empresa se centran en el contacto humano que se ha mantenido con los clientes, aprendiendo a escucharlos en distintos trabajos que han tenido en ferias para suplir sus necesidades en lo que a vestuario se refiere, centrándose en la funcionalidad y versatilidad de sus diseños.

Brinda una experiencia completa para el cliente desde el principio del buen consejo, la sinceridad y la asesoría en las compras inteligentes”.



Marietta Valento está interconectado con lo que es María Paula como persona reflejándose en los valores y pensamientos que se transmiten en la marca, sin embargo, le da el espacio necesario a los consumidores para que estos conecten y la conceptualicen con lo que sus preferencias y preceptos empalmen; pero para lograr posicionar a propósito sus conceptos era inevitable iniciar estructurando todo correctamente, pues como ella afirma:

Empecé con el mantra de hacer las cosas bien y correctas desde el principio, comenzando por registrarla en la Cámara de Comercio”.

La primera colección fue de cinco prendas, ya que entiende que está emergiendo en un mercado nuevo y que es necesario irse dando a conocer poco a poco y de acuerdo con las capacidades que tenga en su equipo, enfocándose en darle oportunidad a las personas que en la pandemia se quedaron sin trabajo.

El amor propio, la aceptación y la autoestima es lo más importante para María,

“Yo creé Marietta Valento con la intención de que una mujer que tenga una espalda ancha y un busto grande pueda sentirse a gusto y cómoda con su cuerpo asistiendo a una reunión con el vestuario adecuado”,

por esto le apuesta a la antítesis tanto de tallajes como de siluetas estereotipadas, entendiendo que cada morfología tiene una esencia distinta, de modo que la estructura y el proceso creativo junto con la intención de comunicación de todas las prendas cambia.

Marietta, un apodo tradicional, cargado de

“El amor propio, la aceptación y la autoestima es lo más importante para María”.



familiaridad con el que su familia en España la llamaban, que a su vez es la representación del empoderamiento y de la fuerza femenina, característica principal que define a sus clientas. Valento, complemento masculino que reafirma una marca atemporal y balanceada que a futuro tendrá su propia línea de ropa para hombres, buscando así una apertura en el mercado a mediano plazo.

Marietta Valento es una marca cien por ciento real, la cual actualmente está atravesando una reestructuración de concepto, en donde los pilares y principios mencionados anteriormente se reflejan por medio de su comunicación, junto con la materialización de su próxima colección “Tú eres la obra de arte más bonita que he visto” que se inspira en los diferentes tipos de cuerpo frente a la originalidad y esencia de cada persona, entendiendo que así como todos tenemos una personalidad, el proceso y desarrollo creativo de toda pieza lo tiene en igual medida.

COMU



NIDAD

04

La moda abre un lugar a la comunidad del BMX y a los deportes extremos

Escrito por: María Paula Morales
Fotografías de: Kevin Molano Alarcón

Amulet, un emprendimiento con estilo street wear para comunidades deportivas



Kevin Molano, diseñador gráfico y fotógrafo destacado, es el creador de **Amulet brand co** la cual fue fundada en el año 2015 como una marca inspirada en la pasión por el BMX; nace de la necesidad de tener prendas de mejor calidad frente a las que se encontraban en el mercado enfocadas en deportes relacionados al skate a nivel nacional.

Por ello toman como referente las prendas deportivas estadounidenses que se caracterizan ser buenos productos en cuanto a telas y diseño, queriendo así crear algo similar pero hecho en Colombia, pero haciendo uso de diferentes métodos de estampación desde serigrafía, DTF y sublimación hasta procesos más sostenibles como los tintes a base de agua.

Amulet se traduce a "Amuleto", una palabra que va muy ligada a la identidad de la marca pues lo que se desea es ser ese símbolo a través de una prenda que pueda usarse cómodamente, además de que el cliente se pueda sentir protegido, pues siendo una marca dedicada a deportes extremos donde hay riesgos, lo que se desea es darles acompañamiento a los atletas mediante el estilo y la psicología de la protección.



Entonces, las colecciones de Amulet están inspiradas y ligadas al tema de los amuletos, junto con elementos de diferentes culturas y civilizaciones en el mundo, tanto modernas como antiguas, las cuales utilizaban ciertas simbologías para dar protección desde diversos aspectos espirituales, naturales y de toda índole.

Actualmente la marca se encuentra en *standby* en cuanto a lanzamiento de nuevas colecciones, sin embargo, siguen vendiendo a través de su página web y redes sociales, donde se puede apreciar su línea de prendas como chaquetas, busos, camisetas, gorras, entre otros productos; además, en algún momento llegaron

a incursionar en algunos estilos de pantalones, *crop tops* y prendas de tipo *street wear* para el uso diario. Luego de dos años de trayectoria de la marca, el equipo de trabajo descubrió que su público es muy pequeño donde difícilmente iban a poder escalar al nivel que ellos querían llevarla, fue por ello por lo cual y con el tiempo decidieron abrir el campo hacia las nuevas tendencias de los deportes urbanos, en donde caben otras disciplinas como el *skate*, el *roller*, el *parkour* entre otras disciplinas, comenzando a relacionarse con el tema cultural, especialmente con la música, en concreto con las batallas de rap que son de tipo *freestyle*.



“Las colecciones de Amulet están inspiradas y ligadas al tema de los amuletos, junto con elementos de diferentes culturas y civilizaciones en el mundo”.

Es así cuando ellos empezaron a incursionar y apoyar estas escenas, algo complicando para unificar pues es común que en estos deportes extremos aquel que practica BMX no se suele relacionar con aquel que vive el skate, ni con el roller, siendo esto una ruptura que caracteriza a los deportes extremos. Con ello, el principal objetivo de Amulet es que por medio de la música se unificaran estos diversos mundos, desde ahí se les da participación a varios artistas raperos para las batallas de freestyle.

Con **Maritea**, uno de los iconos del freestyle, tuvieron un apoyo donde para la marca fue insostenible poderle ofrecer algo digno al nivel del que ella había llegado, sin embargo, le brindaron apoyo con prendas e hicieron todo el acompañamiento con el fin de lograr reconocimiento.

La visión a futuro como marca es muy cercana a algunos referentes como True, Under Gold y Clothing, marcas nacionales de Street wear, la cual es realizar alianzas, algo que ya vienen trabajando, logrando posicionarse en el mercado como una alternativa para la gente colombiana, quienes deseen comprar productos nacionales de buena calidad, pero ajustada a la esencia de lo que es Amulet.

Próximamente Amulet lanzará nuevas colecciones las cuales se pondrán encontrar en sus redes sociales como:



@amuletspace_bike

La reinterpretación de historias milenarias

Escrito por: Valentina Luna Merchán.
Fotografías de: Natalia Páez y Catalina Suárez.

Paola Argüello, vocera de comunidades ancestrales, logra rescatar narrativas perdidas con el tiempo



Paola Argüello es una diseñadora colombiana radicada actualmente en Lima-Perú, que inició su historia en el mundo de moda durante su vida en Panamá; apasionada e impulsada por el desarrollo de prendas artesanales desde el año 2012, diseños vanguardistas que transmiten la esencia étnica y ancestral de nuestras raíces Latinas. Con el paso de los años el concepto de artesanía ha venido perdiendo su simbología y valor nato, siendo la diseñadora la mejor vocera para conmemorar y resignificar el trabajo de comunidades que no se resignan a ser olvidadas.

A la corta edad de tan solo 11 años Paola Argüello tomaba clases de costura los fines de

semana como actividades extracurriculares de verano, la diseñadora narra que “las niñas normales van al valet, hacen deportes, patinaje” pero ella no, sintiendo que desde siempre ha logrado ser objetiva con el sueño de vida, esperando llegar a dejar algo de su pasión y amor al mundo, pues esto está implícito en cada una de colecciones. Gran parte de este impulso fue dado por su familia, quienes, desde muy pequeña, la acompañaron y estimularon para dar siempre su mejor versión.

La pasión por lo artesanal propio de la diseñadora ha jugado un papel fundamental para



el desarrollo de su marca Paola Argüello, siendo una mujer con una visión excepcional, capaz de captar la esencia de objetos comunes para así transformarlos y lograr exponer siempre su máximo potencial. Su capacidad de reinterpretación se puede ver plasmado en sus joyas, accesorios complementarios, prendas y bolsos, los cuales están creados a partir de materiales que trabajan originalmente las comunidades en sus labores artesanales, el tratamiento natural de las fibras de paja de Junco y Toquilla, los hilos de lana de oveja y alpaca teñidos naturalmente.

Junto a ello, sus valores éticos para con el planeta apuntan a combatir la contaminación ambiental en los procesos de producción poco sustentables, alcanzando el aprovechamiento máximo de su materia prima; con lo cual ella pretende lograr “cero desperdicios” en sus procesos creativos.

Paola Argüello con su trabajo artesanal, pone un granito de arena a esta nueva tendencia de étnica y sostenible, consiguiendo así posicionarse como una de las pioneras de la moda sostenible a nivel latino; ella resalta gracias a sus prendas y accesorios los cuales tienen como principal valor agregado el uso de bordados junto con el uso de materiales sostenibles, plasmando el origen latinoamericano y moldeado por las manos de artesanas, madres cabeza de hogar.



Sus valores apuntan a combatir la contaminación ambiental en los procesos de producción poco sustentables.



ARTE SANAL

Su marca busca transmitir la identidad y los atributos típicos de los nativos de diferentes países de Latinoamérica, como las comunidades Shipibo del Amazonas que comparten Colombia y Perú, o como Guna Yala y Emberá que comparten Colombia y Panamá, al igual que temas culturales milenarios de las culturas Inca, Nazca y Mochica, propios de Perú, entre otros; logrando así obtener prendas inspiradas en lo autóctono de cada región como “las molas” bordadas a mano, siendo estas un complemento que genera un atractivo excepcional en la producción de diseños distintivos, creativos y con un significado invaluable.

Ser meticulosa en cada aspecto de su producción es considerado su mayor virtud; la mejor forma de ejemplificar dicho aspecto son sus productos, los cuales cumplen con altos estándares de calidad. Su pensamiento crítico ha logrado cautivar a sus compradoras, dando lo mejor de sí para seguir posicionando su marca y contribuyendo a la humanidad a no olvidar nuestra esencia.

Para la diseñadora más que una prenda lo que ella busca es transmitir un mensaje expuesto en ellas, “que tus actos siempre combinen con tus palabras” expone la diseñadora, donde ella desea comunicar que sus productos van más allá de una vestimenta, pues cada uno cuenta historias, creando de esa forma una conexión de marca/cliente. Asimismo, Paola Argüello enfatiza en el origen noble y sofisticado, valores que se han convertido en la parte esencial de sus ingeniosas creaciones.



Algo a destacar son sus ganas de seguir luchando por cada uno de sus sueños, por sus historias y por sus raíces, convirtiéndola en una inspiración, en una persona con una gran personalidad que además es vocera de cientos de mujeres y comunidades; sin duda es un personaje único que está en búsqueda de mejorar cada día.



Todos sus diseños, trabajos y demás elementos acerca de este mundo artesanal es posible conocerlos a través de sus redes sociales, como [Facebook](#) y su [Fan Page Paola Arguello](#) y en [LinkedIn Paola Arguello M.](#)

“Que tus actos siempre combinen con tus palabras”.



@parguellom

Poesía relatada a través de prendas con la esencia de la diseñadora Violeta Olarte

 Escrito por: Valentina Luna Merchán.
 Fotografías de: Duvan Perez Galvis.

Colombiana enorgullece a su país con su emprendimiento, el cual trasciende fronteras, dejando en alto su bandera



Retrato de Violeta Olarte, creadora de la marca.

Cada vez son más las mujeres que con su pasión y entrega muestran que se pueden hacer realidad los sueños, es así como la diseñadora Violeta Olarte, una joven colombiana con tan solo treinta años edad, ha logrado consolidar su emprendimiento en tan solo tres años en todo Colombia.

Esta marca, la cual está escalando a niveles elevados, tiene como principal enfoque: la moda social y sostenible; esto a través del desarrollo de prendas que están enfocadas en dos segmentos: desde vestidos de celebración, prendas 100% personalizadas, hasta llegar a sus "capsulas" como las denomina la diseñadora, atuendos intervenidos por la mano de hombres y mujeres nativos de la Tribu Emberá Guayu.

Sus innovadoras colecciones cuentan con diseños además del uso de materiales únicos y exclusivos en el sector.

Es así como la diseñadora logró incursionar en otros países como Argentina y México, consiguiendo también ingresar en nuevos sectores como Europa y Egipto. Junto a ello, se caracteriza por apoyar la mano de obra regional, jugando un papel fundamental en la estabilidad económica y social del país, pues crea nuevas oportunidades de trabajo, capacitando y abriendo la posibilidad de que hombres y mujeres de la Tribu Emberá Guayu formen parte de una oportunidad única para sensibilizar a la humanidad de la mano de obra de culturas étnicas, aportando un valor de exclusividad a sus prendas.

Violeta Olarte consolidó su marca por medio de alianzas estratégicas, permitiendo que sus prendas sean utilizadas por figuras públicas, reinas de belleza, aspecto que le abrió camino a ser invitada de grandes eventos tales como con la Gobernación de Santander, con Bogotá Fashion Week, Bogotá Fashion Gallery, Bogotá de bodas, Teen Universe Colombia, entre otros eventos donde participan los mejores diseñadores en el área de alta costura y celebración.

“Se caracteriza por apoyar la mano de obra regional, jugando un papel fundamental en la estabilidad económica y social del país”.





Lo anterior le permitió hacer lanzamiento de colecciones, las cuales varían entre los diez a veinte atuendos, prendas que están pensadas, diseñadas y fabricadas para darle la mejor calidad a sus consumidoras. Un aspecto hermoso a resaltar es que sus clientes la han acompañado desde los inicios de su marca y siguen siendo participes tanto del desarrollo como del avance de está teniendo la diseñadora.

“Crea nuevas oportunidades de trabajo, capacitando y abriendo la posibilidad de que hombres y mujeres de la Tribu Emberá Guayu formen parte de una oportunidad única”.


Sus colecciones están inspiradas en el amor, desarrollando poemas dulces y románticos que redacta la diseñadora, logrando con ello transmitir su esencial junto con su pensamiento mediante una obra plasmada en un atuendo auténtico, cuyo objetivo de Violeta Olarte es conseguir atrapar y hacer sentir especial a cada una de sus clientas. Asimismo, ella desea darle gran mérito a su familia, pues tal como ella expresa:

“Como marca siempre hablamos de que somos una empresa familiar, es imposible pensar que todo lo que he logrado hasta el día de hoy lo hubiese conseguido hacer sola, el apoyo y la compañía de mis padres y mi hermano han jugado un papel fundamental para lograr mis sueños”.

Enseñando por medio de su constancia y entrega, que todo lo que se visualiza puede conseguirse a través del amor. Además, es posible apreciar su trabajo en sus redes sociales, en Instagram como [@violeta_olarte](#) y [@violetaolarte_novias](#), en Facebook como [violetaolarte.euf](#), también en su local ubicado en la *calle 130 #58-20 Loc 1-31* en **C.C. Plaza Aventura**.



Hilos de tradición

 Escrito por: Ana Sofía Rodríguez.
Fotografías de: La autora

Lienzo de La Tierra, una marca colombiana que rescata el tejido artesanal

En Santander hay un lugar llamado Charalá, un pueblo con 10.000 habitantes y cuyo nombre aparece pequeño en el mapa. Está ubicado entre montañas y ríos, justo allí, en el centro de una casa con arquitectura colonial suena un telar que trae entre sus hilos una tradición que se niega a desaparecer.

En la Corporación de Recuperación Comunera del Lienzo de la Tierra, más conocida como CORPOLIENZO, un grupo de mujeres le han dedicado su vida a rescatar el tejido artesanal de los Guanes con algodón; un proceso netamente manual y sin insumos industriales.

En el territorio de la provincia Guanentina y Comunera habitaron hace más de 1500 años, los indígenas Guanes, quienes tenían como una de sus costumbres más representativas el tejido con algodón. Actualmente esta comunidad no existe, pero la tradición del tejido está cada vez más presente gracias al trabajo de CORPOLIENZO y de Lienzo De La Tierra, la marca por medio de la cual comercializan los productos artesanales y es donde se encuentra el museo vivo.

El Museo Lienzo de la tierra se denomina “museo vivo” ya que allí no solo están exhibidos los productos, también es el lugar donde se confeccionan, donde se hila el algodón y se hace el trabajo en el telar horizontal.

Allí se hace una labor de pedagogía por medio de una serie de salas que muestran el proceso y la evolución en los tejidos de algodón: desde los indígenas guanes, pasando por la conquista y finalizando en la revolución industrial.

Haciendo un esfuerzo por mantener vigente el tejido, CORPOLIENZO hace un proceso de relevo generacional, donde las maestras artesanas, que son las mujeres que llevan décadas dedicándole su vida a preservar este arte, les enseñan a las más jóvenes y les transmiten todos los saberes que giran en torno al algodón y al tejido en telar horizontal.

Lienzo de la Tierra era el nombre con el que los españoles se referían a las telas llevadas de América y desde allí se planteó el nombre de la marca; de igual manera no se puede pasar por alto el hecho de que la tierra es el origen de todo y que cobra mucho más significado en un proceso donde cada una de las materias primas son orgánicas, como el algodón o los tintes que usan. La gama de colores que manejan sus prendas o accesorios no es muy amplia, puesto que solo trabajan con pigmentos de origen natural.



“La participación de cada una de ellas representa una oportunidad para que desarrollen un proyecto de vida propio, mientras se aporta al fortalecimiento del tejido social dentro de la comunidad”.



“Son un grupo de mujeres que le han dedicado su vida a rescatar el tejido artesanal de los Guanes con algodón; un proceso netamente manual y sin insumos industriales”.



Identificador Visual de la marca (Isotipo)

Por ejemplo, de la cebolla cabezona sale el pigmento amarillo, el achiote da el color salmón y la corteza de guayabo da el color gris, estos pigmentos son aplicados sobre el color del algodón “crudo” para plasmar diferentes patrones en sus productos.

En la fabricación de las prendas o accesorios participan más de 60 mujeres, quienes gracias al trabajo con la corporación pueden darles sustento a sus familias en medio de un proceso colaborativo, donde la participación de cada una de ellas representa una oportunidad para que desarrollen un proyecto de vida propio, mientras se aporta al fortalecimiento

del tejido social que se gesta dentro de la comunidad. Ellas son hijas de la tierra, la misma que les da el algodón, el achiote o la yuca, de la tierra que las ha visto crecer y en la que hoy la tradición del tejido artesanal está presente, viviendo en cada una de las maestras artesanas que con amor le han entregado su vida entera a un telar horizontal, objeto que para ellas representa historia e identidad.

Para conocer más sobre este proyecto pueden seguirlo en Instagram como [@lienzone-latierra](#) o visitarlos en el Museo del Algodón y Lienzo de La Tierra ubicado en **Charalá, Santander, en la Cra. 15 #24-21.**

05

DES CUBRE



Nueva creadora que aporta su granito de arena para ayudar al medio ambiente

Escrito por: Viviana Hernández y María Paula Ortigón
Fotografías de: María Paula Rodríguez y Juan Nieto

La diseñadora Jessica Quintero interviene materiales textiles hechos con plástico reciclado para crear prendas únicas



Jessica Marina Quintero es una diseñadora colombiana de 25 años, que estudió en la Escuela de Diseño Arturo Tejada Cano; ella ha tenido influencia hacia la moda y el diseño desde joven, pues ha trabajado para grandes marcas como Arturo Calle. Ella es la creadora de **Jessica Quintero**, una marca sostenible fundada en el mes de octubre del 2019, la cual está inspirada en las experiencias y vivencias de las personas.

Jessica Quintero es un emprendimiento dirigido a personas reales colombianas; su proceso inició en el 2019 con prendas enfocadas en el universo femenino, más adelante, en marzo del 2022 incursionó en el mundo infantil. Desde ese momento, esta empresa no ha parado de crecer puesto que ya cuenta con más de diez mil seguidores en Instagram, junto con un gran campo de mercado a lo largo y ancho del país; esto gracias a sus productos que se destacan no solo por su versatilidad con colores básicos, los cuales jamás pasan de moda, sino que también juega un papel muy importante en el campo de la sostenibilidad.

La suma de materiales *eco friendly* más las manos de siete mujeres trabajadoras colombianas, permiten que esta marca se destaque por aportar una embocadura a la contaminación tan grande que trae a su paso el mundo de la moda, además del consumo rápido. Sin duda, a Jessica Marina Quintero se le atribuye su constancia y disciplina, ya que mientras ella empezaba su negocio estudiaba moda a la par.

Ella comenta que no fue un gran reto sino al contrario, fue gratificante y emocionante el poder plasmar los conocimientos que aprendía día a día a su proyecto más amado; es por eso que Jessica Quintero ha logrado posicionarse de una manera abismal, iniciando desde su casa con una máquina de coser y su amiga como modelo; aquello le ha permitido llegar a donde hoy en día se encuentra, tener su propio taller, incluyendo también personas que la acompañan en el área audiovisual.

Ella relata que cada idea para sus colecciones surge a partir de una necesidad o vivencia, tanto propia como general, de allí llega a “maquinar”, como ella expresa, sus propios diseños en una libreta y crear prototipos en retazos de tela todo siempre en pro de la sostenibilidad.



A raíz de la pandemia, el punto focal de Jessica Quintero fue el posicionamiento en redes sociales más el constante estudio por parte de ella en áreas como el marketing o la confección. Ella llegó a aumentar el movimiento en sus canales digitales el proceso de producción que ya no era solo bajo pedido, crenado así nuevos métodos de comunicación como también un sistema de envió mucho más rápido, con el fin de satisfacer las necesidades de su público.

Los planes a futuro de Jessica Quintero es poder llevar su talento a diferentes partes del mundo, esto por medio de envíos fuera del país, así como automatizar su negocio para generar más empleo. Además, una de sus metas a largo plazo es abrir su propia tienda física, claro está en la capital de Colombia, para así poco a poco irse extendiendo a nivel nacional.

Es posible consultar y adquirir todos sus productos por medio de sus redes sociales, en su cuenta de Instagram [@jqntr](#) y también en Facebook como **Jessica Quintero**.

Del patchwork y los residuos textiles a increíbles diseños

Escrito por: Santiago Chaparro Molina
Fotografías de: Santiago Chaparro Molina

Esta técnica está siendo usada para aprovechar los sobrantes de tela, para así convertirlos en nuevos artículos y prendas para uso personal

La Ropavejera es un emprendimiento que surgió el año pasado de la mano de Juanita Pinzón, diseñadora de moda egresada de la Escuela Arturo Tejada Cano, quien con el fin de aprovechar diferentes retazos y recortes de telas que otras empresas, fábricas y nuevos creativos que en ocasiones desechan, ella decidió darle una nueva oportunidad para estos elementos, los cuales generalmente terminan desaprovechándose.

El objetivo principal de esta marca es generar conciencia ambiental en el consumidor, junto con el lograr un concepto sostenible en el mundo de la moda, en donde surjan ideas y soluciones a la mayoría de las problemáticas que se dan en este ámbito, teniendo en cuenta que esta industria es de las más contaminantes que hay hoy en día.

Para esto la marca trabaja bajo la técnica del Patchwork, también conocido como trabajo con parches, en el cual se emplean retazos textiles, residuos e incluso ropa que no llegó a venderse. Esta técnica comenzó en Egipto con telas como lino, algodón y lana, las cuales formaban una composición para así aprovechar los residuos o retazos cortos, para la elaboración de mantas y frazadas para el uso cotidiano (Cavas, 2021).

Los inicios de La ropavejera fue realizando prendas de vestir, sin embargo, al pasar el tiempo y al ir madurando la idea, han ido incurriendo por la realización de otros accesorios y elementos como lo son los porta tijeras, portálápices, entre otros.



Al hablar de su marca Juanita Pinzón se remonta a una historia que le permite recordar con emoción a su abuela, en donde los infantes y la ropavejera, quien también hace parte de esta historia como una bruja viajera, se lleva a los que no cuidan el planeta ni la ropa. De tal forma, ella logra relacionar sus artículos y prendas con tal historia, para aquellos que quieran revivir su niñez siendo también los protagonistas.

“El objetivo principal de esta marca es generar conciencia ambiental en el consumidor, junto con el lograr un concepto sostenible en el mundo de la moda”.

Sin duda, aquella narrativa es parte importante para la inspiración de la creativa quien relata que su marca es lo más interno de su personalidad, recordando su niñez bajo sus más innatos recuerdos; también cuenta que el nombre de su marca nació bajo la apropiación del famoso ropavejero quien, según las abuelas y mamás, era el sujeto que se llevaba a los niños que se portaban mal.

El ropavejero, quien por un momento era sinónimo de temor y miedo hoy en día, y gracias a Juanita Pinzón, es un gran recuerdo convertido en risas y felicidad, sentimientos que logra transmitir esta marca en cada elemento que componen sus productos.

Por el momento, esta marca asiste a ferias de emprendimientos en la ciudad de Bogotá, también realizan prendas y accesorios bajo pedido para obtener elementos más personalizados para aquellos clientes puedan tener un toque más personal.

Referencias bibliográficas: Cavas, J. (2021). La historia del patchwork y sus orígenes. Recuperado de <https://juanicavas.com/historia-del-patchwork>



Nueva transformación en el impacto del desarrollo organizacional

Escrito por: Valentina Luna Merchán
Fotografías de: Edgar Villamil

Quiromar es una empresa colombiana que por medio de su ejemplo y constancia demuestra que la industria del país logra impactar a nivel social y ambiental lo textil



Pdte. Antonio Puentes (Grupo Quiromar SAS)

Antonio José Puentes Blanco es el actual presidente del Grupo Quiromar SAS, una empresa única y colombiana la cual se dedica a la creación de prendas empresariales con un largo recorrido a nivel profesional. Él es filósofo con maestría en administración, además ha sido docente en instituciones de educación; cuenta con un gran recorrido de vida donde ha logrado enseñar por medio de una marca nueva y sostenible lo que es la economía circular, esto vinculándose con proyectos de desarrollo de empresas en el sector de moda y realizando alianzas con la Cámara de Comercio, ProColombia y Colombia Productiva.

Esta empresa familiar está constituida por cuatro núcleos familiares desde el año 1981, cuyo principal objetivo de marca fue el enfoque de ropa interior femenina, sin embargo, en los años

90's se amplió al desarrollo de alta costura y a finales de 1995 implementaron a su totalidad el enfoque industrial, centrándose en la creación de uniformes y dotaciones, las cuales siguen realizando hasta el momento, aportando a familias, a un campo que genera empleo en el país y al medio ambiente, permitiéndole obtener un nuevo pensamiento crítico en el impacto ambiental.

Las fundadoras de esta marca son tres mujeres, Cleo Quiroga, Dalila Quiroga y Sonia Quiroga; por ello apoyan a madres cabeza de hogar, potencializando programas educativos; su principal enfoque va dirigido a la igualdad y la no discriminación. Quiromar se encuentra avalada por Icontec con cultura organizacional, aportando un pequeño granito de arena a emprendedores en la industria, donde buscan impulsar el talento colombiano.



“La moda es un mundo variable, por esta razón están en la constante búsqueda de información ya que la monotonía no hace parte de sus vidas”.

Hasta el día de hoy ellos no se han detenido, ni siquiera en momentos difíciles como lo fue la pandemia ocasionada por el Covid-19, sino por el contrario, aprendieron de las crisis para expandirse aún más pues la filosofía de esta gran empresa es ver los retos como nuevas oportunidades.

Antonio José Puentes Blanco proviene de un pueblo de Güicán-Boyacá, quien siendo un hombre muy apasionado por la educación logró terminar sus estudios con ayuda de su hermana, la cual tenía una empresa de costura, logrando con ello sustentar su educación.

Actualmente él impacta y ayuda a la humanidad por medio de una marca que busca concientizar y transformar los enfoques de la moda con materiales no contaminantes y amigables con el medio ambiente.

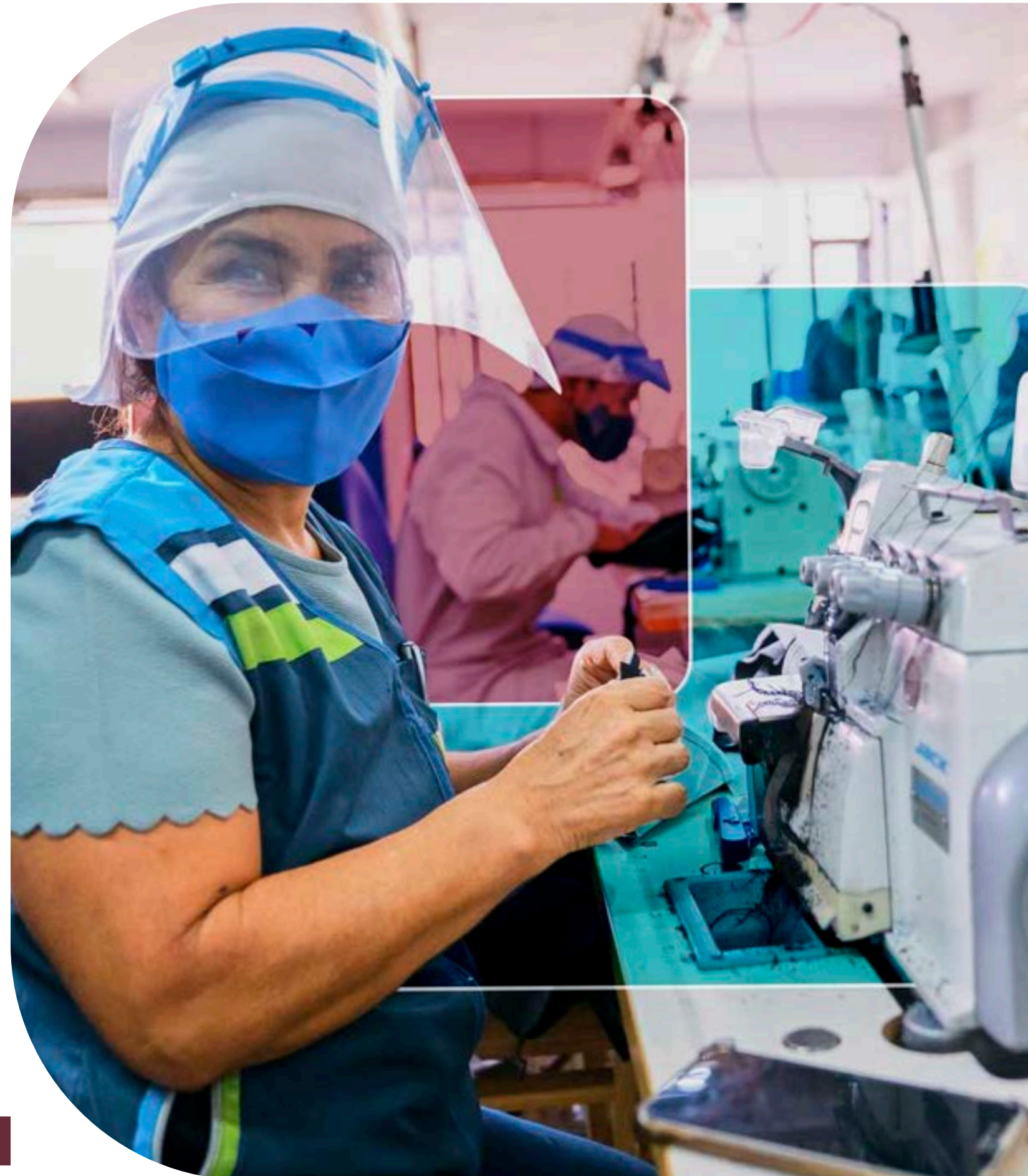
Su esposa Sonia Quiroga ha sido parte fundamental en la creación de este proyecto pues los dos lograron crear este proyecto de vida. La creatividad y la moda es un talento nato de su pareja pues ella es diseñadora de moda graduada de la Arturo Tejada Cano.

Para ellos la moda es un mundo variable, por esta razón están en la constante búsqueda de información ya que la monotonía no hace parte de sus vidas. Antonio José Puentes, su empresa y su equipo de socios, quienes son principalmente familiar, indagan constantemente como internamente desarrollan programas de mitigación de la huella de carbono, ayudando a la conservación de árboles y logrando un menor impacto en la mitigación ambiental.

Son estas empresas las que logran dejar una enseñanza como trasfondo en la industria textil, preocupándose por el impacto que pueden surgir en la problemática ambiental que se pueden presentar en algunos años.

El enfoque ambiental de esta empresa viene consigo desde su creación, teniendo como pensamiento que no solo se debe enfocar la humanidad en un esquema económico, sino buscar el equilibrio que, como lo menciona el empresario, es una herramienta que se debe plantear en tres aspectos fundamentales tales: lo social, ambiental y económico, logrando así encontrar lo realmente transformador para el desarrollo de una creación.

Por ello Quiromar va más allá de lo conocido en la industria textil pues enseñan que en el desarrollo de productos no es necesario utilizar alfileres o bolsas plásticas, sino que es posible reutilizar los residuos para la transformación de sus empaques los cuales buscan tener cero impacto ambiental. Es posible encontrar esta gran empresa en sus redes sociales, en Instagram como [@grupoquiromarsas](#) y en Facebook como [Grupo Quiromar SAS](#).



[@grupoquiromarsas](#)





HILAN