

Entre dos mundos:

# LA SOFISTICACIÓN EUROPEA FRENTE A LA PASIÓN LATINA

Por: *Yeimy García García*  
*Carol Yulie Gámez Cuéllar*

**E**n el marco del evento de movilidad internacional *Design Learning Expedition* en Francia, auspiciado por el Politécnico Grancolombiano, que se llevó a cabo del 23 de octubre hasta el 6 de noviembre de 2024, entrevistamos a Sebastián Pressiani, magíster en Gestión Internacional de Moda y Lujo en Francia y docente en El College de París. En la entrevista, Sebastián comparte su visión sobre las diferencias entre el diseño de modas latinoamericano y europeo.

La moda latinoamericana y la europea, aunque distintas en esencia, comparten una influencia mutua que refleja sus respectivos contextos culturales y sociales. Mientras que el diseño latinoamericano destaca por su riqueza cromática y su conexión con lo exótico, el diseño europeo se caracteriza por su elegancia clásica y su profundo respeto por la tradición. Sin embargo, el mercado del lujo en América Latina enfrenta retos significativos, desde la limitada accesibilidad económica hasta barreras comerciales que restringen su crecimiento. Para este artículo entrevistamos a Sebastián Pressiani, experto en gestión de moda, máster especializado en el mercado del lujo en París con más de cinco años y medio en la industria y que actualmente trabaja en la prestigiosa marca Yves Saint Laurent. Aquí exploramos cómo estas diferencias culturales impactan el diseño,

los desafíos que enfrenta la industria en Latinoamérica y las oportunidades para su desarrollo a nivel regional.

Desde su perspectiva, Pressiani señala que el diseño latinoamericano se distingue por una interpretación vibrante del color y una fuerte inspiración tropical. La flora y fauna propias de la región se convierten en elementos clave de su identidad visual, integrándose en materiales como el mimbre y el ratán, que son parte esencial de su cultura. Sebastián destaca la labor de diseñadores y marcas latinas por el uso de materiales exóticos e ingredientes autóctonos: Loto del Sur es una de ellas con productos de cuidado personal para un público exigente; Johanna Ortiz, que celebra la exuberancia latina con sus siluetas y colores distintivos, y Vélez combina lujo y tradición en sus carteras, plasmando historias de fauna y trabajo artesanal con una elegancia única.



Tienda de Johanna Ortiz en Bogotá. Imagen tomada por las autoras.

En contraste, en Europa, el diseño está profundamente enraizado en la historia. Marcas como Balmain, Paco Rabanne y Tommy Hilfiger suelen apostar por paletas neutras y siluetas clásicas, manteniéndose fieles a la tradición y al clasicismo que caracteriza al continente. Según Sebastián, en Latinoamérica hay menos dogmas; la historia reciente de la región permite una visión más fresca y audaz, con un equilibrio entre lo histórico y lo moderno. Por el contrario, en Europa, las marcas llevan siglos construyendo su legado, lo que las obliga a preservar su tradición.

En su charla **ADN DE MARCA**, Sebastián también identifica desafíos clave para los diseñadores, independientemente de su ubicación. Subraya la importancia de comprender al consumidor como una persona real, más allá de las tendencias y redes sociales y señala que la investigación del consumidor debe estar alineada con su realidad y contexto social, ya que esto es lo que realmente agrega valor. Además, el mercado de lujo en Lati-

Tienda de Tommy Hilfiger en París. Imagen tomada por las autoras.



La moda latinoamericana y la europea comparten una influencia mutua que refleja sus respectivos contextos culturales y sociales

noamérica enfrenta obstáculos estructurales: con una población adinerada reducida y clases medias limitadas el tamaño del mercado es restringido, lo que hace que el lujo sea menos accesible en la región.

El diseño latinoamericano y europeo presentan contrastes evidentes que van desde sus inspiraciones culturales hasta su manera de abordar el lujo. Sin embargo, ambos tienen un potencial significativo para complementarse y aprender el uno del otro. Mientras Europa aporta tradición, precisión y un legado histórico, Latinoamérica ofrece frescura, creatividad y una conexión íntima con su entorno natural.

Pressiani señala que el verdadero desafío para los diseñadores, tanto en Europa como en Latinoamérica, radica en adaptarse a un mercado global en constante evolución, donde la innovación y la funcionalidad son la clave. Solo a través de una comprensión profunda del consumidor y un enfoque estratégico que combine creatividad y sostenibilidad será posible superar las barreras existentes y consolidar un lugar destacado en la industria.

Para él, a pesar de estas fortalezas, el mercado de lujo en América Latina enfrenta importantes obstáculos como los altos costos derivados de los bloqueos aduaneros y la carga impositiva, que limitan la competitividad de las marcas locales. Para superar estas barreras es fundamental que los gobiernos implementen políticas que promuevan el libre comercio y faciliten el acceso a mercados internacionales. Asimismo, el impulso al talento local, mediante la inversión en educación y el fomento de la artesanía, podría posicionar a la región como un referente en la industria del lujo sostenible.



Sebastián Pressiani en la charla ADN de Marca. Imagen tomada por las autoras.