

GABA

¿Qué herramientas quieres brindar a las mujeres chilenas con tus diseños?

Lo esencial que quiere transmitir mi marca como herramienta para la mujer chilena es la sencillez, y que en esta sencillez la mujer encuentre seguridad y autenticidad. Despojarse de lo que dicta el fast fashion, para encontrar una esencia más pura, más propia y que sea duradera en el tiempo.

En tu opinión, ¿cuál es el básico por excelencia que todas debemos tener en nuestro closet?

Creo que por excelencia toda mujer debería tener un Body en su closet. Están en su mejor momento, es una prenda versátil, modeladora, cómoda, que favorece a toda tipología corporal y a todos los estilos.

MIDORI

¿Qué factor clave crees que es importante para establecer una marca de ropa en Chile?

Creo que es clave al iniciar una marca de ropa tener una propuesta clara e innovadora, como diseñadores es todo un desafío lograr transmitir la imagen de marca a los usuarios, y creo que es más fácil llegar a ellos mientras les presentemos una visión clara y fresca, sobre todo en este momento en el que los consumidores de diseño de autor en Chile, están tan abiertos a la vanguardia dentro de los proyectos textiles.

¿Cómo redefines las reglas tradicionales del vestir de la mujer contemporánea?

Cómo marca Midori busca siempre innovar con la silueta de la mujer, a través de la experimentación de textiles, cortes y caídas, jugando siempre con la singularidad y exclusividad en cada prenda, con esta premisa logramos redefinir el preconcepto del mercado nacional femenino sobre el vestir, presentando una colección creada para mujeres que se sientan cómodas rompiendo los esquemas tradicionales del vestir.

KARIN MONTANO

¿Quieres cambiar la imagen que tiene la mujer chilena sobre la Moda? Si es sí, ¿Cómo pretendes lograrlo?

Es complejo hablar de un cambio con respecto a la imagen que la mujer chilena tiene sobre la moda, ya que tal imagen es subjetiva, y está ligada a diferentes factores, sean intereses personales, aspectos sociales, demográficos, geográficos, económicos, etc. por lo que me es difícil hablar de una imagen como un concepto universal, y más difícil aún pretender cambiarla, ahora bien, si hay otras cosas que me gustaría cambiar, como la valoración del diseño nacional, me gustaría que las y los chilenos en general, vean potencial en lo local, y tengan la misma –o más- apreciación y ganas de adquirir un producto chileno, como uno extranjero. Para lograr esto es importante también trabajar en fortalecer el diseño nacional, una de las maneras es lo que hacemos en Santas, que reúne diseñadores emergentes nacionales en un mismo espacio y esto genera un constante enriquecimiento y una vitrina que acerca y atrae una diversidad de público.

¿Qué es lo que más disfrutas de tu proceso creativo?

Creo que todos experimentamos diferentes procesos creativos, la verdad yo soy bastante metódica y mis procesos son bastante marcados, desde la investigación previa, inspiración, análisis de mercado, pasando al diseño de figurines, moldaje y confección –esto en resumidas cuentas- sin embargo, debo confesar que lo que más disfruto es la creación en sí, la ilustración de los diseños y aquí me tomo de una frase alguna vez escuchada a uno de mis docentes “El papel aguanta todo”, lo cual es muy cierto, el dibujar no te limita en ningún sentido, ni materialidad, funcionalidad, ni costos asociados, etc. Ahora bien, también es muy satisfactorio el poder ver el resultado final de todo tu proceso, las prendas ya confeccionadas, en donde finalmente se concreta el imaginario.

NEIN

¿Cuál fue la primera inspiración que forjó tu camino como diseñador?

Mi primera inspiración fue lo cómodo que era la ropa de hombre, la holgura, las telas, siempre me ha encantado la ropa masculina y siento que se me da mucho mejor que la femenina. Pero principalmente fue mi padre que desde pequeña recuerdo que siempre se ha vestido estupendo con un gusto muy avanzado para el resto de los hombres de su edad, ya que era súper bueno para viajar siempre me llamaba la atención sus ternos de terciopelo o semi brillantes entre otras telas que compraba en Francia u otros países que visitaba, eso forjó mi gusto en cuanto a innovar en telas y cortes en el vestuario masculino, él fue mi primera inspiración.

¿Cuál fue ahora para diseñar esta colección?

Bueno esta es la primera colección oficial como egresada de Diseño de Vestuario, principalmente nos concentramos en que fuera cómoda y de materiales duraderos, sacamos inspiración y texturas de la misma ciudad agregando ese toque geométrico que caracteriza a Nein.

¿Qué aporta tu marca a la industria de la moda chilena?

Principalmente es innovación en materiales, durabilidad ya que cada prenda esta creada para ser duradera en el tiempo evitando ese consumo excesivo de ropa desechable que se ve tanto últimamente y atemporalidad, la idea es que esta prenda la compres ahora pero que igualmente se pueda usar en 5 años más y siga estando vigente.

NO GÉNERO

¿Ves a la moda como forma de expresión? Si es así, ¿Qué es lo que expresa tu marca?

Sí, por supuesto. La indumentaria es expresión y NGNR hace un cuestionamiento a las fronteras de género que existen en la moda y lo que se usa hoy, y de esta manera concientizar sobre el uso y mantenimiento de la ropa.

¿Qué opinas sobre la industria de la moda latinoamericana?

Sobre la industria en Latinoamérica, creemos que se encuentra a igual nivel que en el resto del mundo. También cada día emprenden vuelo nuevos diseñadores y profesionales relacionados con el medio, y es por eso que seguimos creciendo y avanzando en cuanto a propuestas, ideas, conceptos, etc., haciendo de la moda, un área que se relaciona completamente con la cultura y sus sociedades.

Sebastián Hasta Nunca

¿A qué tipo de mujer vistes?

Mis prendas no están definidas por el sexo de cada persona, sino por su seguridad y su dinamismo, son personas que entienden el lenguaje y la conexión consigo mismos que genera el vestuario, es un espacio de diálogo permanente.

Hace años la forma de vestir permitía saber a qué grupo social o tribu urbana pertenecía cada uno. ¿Sigues siendo así?

La vestimenta además de ser un diálogo mudo frente al resto, es una herramienta que nos sirve para pertenecer, ya sea de manera consciente o inconsciente, por tanto esas divisiones sociales se verán reflejadas en la ropa, creo que más aún acá.

Vividora

¿Cuáles son tus aspiraciones dentro del mundo del diseño en Chile?

Dentro del mundo del diseño en Chile, más que destacar como marca, diseñadora, o como un nombre reconocible, aspiro a aportar aunque sea anónimamente a que el diseño chileno nacional de autor, sobre todo el diseño emergente y todo el trabajo que consigo lleva, sea reconocido y valorado dentro del común denominador de la gente. Que sea natural llevar prendas de autor como una forma de incorporar el concepto de identidad, y originalidad en cada persona como individuos que somos, además de apoyar a los emprendimientos que con mucha pasión y esfuerzo se dedican a esto. Es por esto, que bajo esta consigna, se crea Santas, para contribuir aunque sea con un granito de arena a darle cabida a nuevos proyectos y llevarlos de forma accesible al mercado.

Moda para la mujer del día a día o moda creativa y espectacular, ¿con cuál te quedas y por qué?

Como creadora detrás de la marca me quedo con la moda más creativa, admiro realmente a los diseñadores que se dedican a esto, dentro de mis aspiraciones también esta formar alguna marca donde refleje realmente mis capacidades y aptitudes más artísticas por llamarlas de algún modo, pero se entiende que con 24 años aún hay tiempo para eso. Pero claro, como la marca que estoy llevando hoy, que es Vividora claramente esta destinada para la mujer del día a día, más bohemia, para vestir de noche, pensada para un tipo de mujer más libre, sin tanta traba social, que a su vez es súper usable. Ahora, ¿por qué? Porque creo alguna vez cuando la forme (hace dos años) haber captado esa necesidad en el mercado, que quizás más que en el mercado, era una necesidad que me hice yo en ese entonces, y en lo que estaba pasando y la cree.