



30  
07 | 2014

## Nuestra mirada del evento Moda Motion Uy

URUGUAY SE MUEVE CON LAS GENERACIONES JÓVENES, INTENTANDO HACER UNA DIFERENCIA EN UN MUNDO DE INFINITAS POSIBILIDADES, PERO DESDE UN PAÍS CON RECURSOS Y VISIÓN ACOTADOS. TODO UN DESAFÍO



Estuvimos el pasado jueves 24 de julio en el showroom de la marca Audi (WTC), observando el lanzamiento de los trabajos de fin de carrera de los estudiantes de diseño de modas de la ORT.

En el marco de la materia Diseño y Producción de Eventos de Moda, con Gustavo Lento Navarro, #LentoModeOn, como tutor y curador de contenidos, y Lucía Büchner como supervisora de la producción del evento se planteó una modalidad relativamente original dentro del medio, que escapa la tradicional pasarela.

Desde el vamos con invitaciones e identidad pensada y cuidadas, y en la presentación optando por cortos de excelente factura y un staging posterior con posibilidad de fotografiar a modelos y diseñadores, y apreciar de cerca los detalles de sus prendas. De hecho en las fashion weeks internacionales, los eventos que reúnen a los diseñadores emergentes justamente no son las pasarelas cuyos costos de producción son millonarios sino puestas más estáticas para apreciarlos y fotografiarlos en eventos más pequeños.

Además de eso, un catering muy correcto, bebidas variadas, y charla con mucha gente entre ellos familiares de los diseñadores. Pero también productores, fotógrafos, modelos, bloggers, gente de medios, empresarios del rubro moda o diseño, estudiantes, que siempre es bueno reencontrar en estos circuitos y ponerse al día.

Siguiendo con el evento en sí, (cuya casi única observación podría ser la poca puntualidad en el inicio) los cortometrajes eran de impecable factura, y denotaban una preocupación e intención porque los estudiantes se empapan del proceso de cualquier producción publicitaria en una de las vías del marketing de las marcas hoy en día. Se les dió una pauta estética de referencia de directores cinematográficos como Greenaway y otros, lo cual también trasluce la motivación a generar la preocupación por alinearse con tendencias de marketing de experiencias o conceptual, que la marca posea una identidad, o cuente historias. Hacer cada colección única y diferente de la competencia implica entender y diferenciar la copia de la inspiración. La segunda se sirve de temas (ejemplo modas anteriores, archivos de firmas, películas de cine, ciudades, zonas geográficas, etnias o épocas) para contar una historia con un hilo conductor a través de múltiples prendas.

Este evento en sí reúne bastante de lo que deberán lidiar en el futuro si deciden emprender con una línea propia y buscar un lugar en un mercado por demás difícil.

Nuestros favoritos si se puede mencionar (otros bloggers tendrán los suyos): Margo Baridon con un increíble despliegue de trajes con influencias de años 50 tal vez con estampados collage increíbles y que YA querríamos usar.

De hecho Margo es la artífice de Fashion Box un emprendimiento de diseño de collares de autor de increíble personalidad, que en breve, si nos deja, ampliaremos desde acá para mostrárselos..

Y Micha Faroppa cuya conjugación de texturas y degradés de colores neutros también nos entusiasmó.

En otro orden, no es para despreciar a veces mirar también más cerca, el look de los asistentes, que muchas veces en estos eventos algunos lo logran más que otros o merecen reflexiones del tipo: "¿Cualquier cosa combinada como sea hace un look con personalidad?" La línea entre lo cool y lo inútil es muy sutil en estos circuitos. En un mercado con poca variedad se aplaude sin embargo el ensayo y error y el probar salir de lo gris y tradicional que nos gustaría se reflejara también en la calle.

Nuestra reflexión sobre esto: Como siempre digo, la educación académica acá suele dar herramientas para ser un buen empleado pero no para actuar como empresario independiente, ya sea uno abogado, médico, carpintero, arquitecto, veterinario...o diseñador de modas.

Uno puede ser excelente en lo que hace y tener un talento enorme en la disciplina propiamente dicha pero si no domina otro montón de herramientas que también usará cada día, el negocio dejará de ser viable financieramente. Me refiero a marketing, contabilidad, negociación, administración de empresas, manejo de marcas, y redes sociales, propiedad intelectual, comercio internacional, y la lista sigue...

El desafío para estos chicos, justamente será aunar ese talento que indiscutiblemente se ve (en unos casos más sobresalientemente que otros) superando el ámbito meramente académico y teorías para conciliarlo con esas otras disciplinas que lo convierten en aplicable en la realidad, que trascienda en el tiempo y se vea usado por gente en la calle y no solo en bocetos digitales. Y sobre todo, como otras disciplinas o rubros también lo anterior supone un fortalecimiento que da impulso para sortear sino mediante precios, al menos por diseño u otro diferencial las ofertas importadas o en e-commerce que compiten directamente con esos productos en los consumidores finales.

Todo lo anterior me surgió como pensamiento también cuando presenciamos el desfile de Lúmina del Punta Carretas Shopping: cuánto nos alegraría realmente ver vidrieras, bolsas, comercios de muchos de ellos en las calles locales, o al menos tengan la posibilidad mediante talleres chicos o personalizados de acercar una moda personalizada y diferente a su nicho de mercado.

Otra reflexión que surge inevitablemente es por qué seguimos necesitando profesionales argentinos para avalar o dar forma a este tipo de carreras, o instancias. No es que esté mal, al contrario siempre es una voz imparcial y más alejada de intereses inmediatos locales, o una forma de alejarse de formas repetidas, y en este caso, alguien que da importancia a los contenidos audiovisuales tan importantes para manejar las nuevas generaciones que observarán, juzgarán y consumirán las colecciones. Buchner por su lado aportó su expertise desde la organización y coordinación del evento en sí.

En todo caso, las felicitaciones por el esfuerzo desde nuestro blog a los que lo hicieron posible y ojalá veamos en un futuro cercano algunas de esas prendas o diseños en la calle.

Una visión de lo que podemos ser si nos proponemos salir, si se fomenta una industria nacional y se estimulan emprendimientos juveniles o de egreso de escuelas justamente, con facilidades tributarias en los primeros años o de préstamos blandos, de incentivos al consumo de marcas nacionales (por qué no descuentos adicionales de IVA o más al seleccionar este tipo de empresas).

De invitaciones pero de verdad, no solo de palabra, sino financiándoles acceso a stands promocionales en el exterior, o facilitando conglomerados que por ejemplo se quieran instalar en el centro de la ciudad, dentro del marco de la revitalización de 18 de julio...hay tantas formas de poder decir que sí, como de negarle un empujón amable.

Como lo hemos afirmado en otras oportunidades, no se trata de subsidios ni de regalo sino de aportar interés del gobierno si se quiere salir a vender un Uruguay que además de "Natural", contribuya a una marca país con fortalezas y valor agregado en otros ámbitos que siempre son postergados y pueden ser un valor fundamental para compensar desequilibrios en plazas financieras para lo que exportamos.

Y de paso, que el consumo se vuelque a lo nacional mediante opciones naturales y no forzadas como establecieron nuestros vecinos trabando importaciones, entre otras cosas.

De vuelta y como tantos, un ejemplo de lo mucho que hay por hacer y se podría en un ámbito que reúna acciones privadas con apoyos estatales para revitalizar una industria que en otras épocas supo tener cierto esplendor en lo textil, y de paso aggiornar al país con identidad propia.

0 comentario | Comentar | Recomendar | Twittear | 0

### Comentar

Por favor inicie sesión para comentar:

Facebook EL OBSERVADOR

0 Comentarios

### BUSCADOR

 

### SOBRE EL AUTOR



Directora del Estudio de Arquitectura Gabriela Pallares & asoc, blogger en DesignInsider donde comparte y difunde su pasión por la arquitectura el diseño, y los viajes..

Terapia de diseño

### SOBRE EL BLOG

Dios está en los detalles...y en cómo cada persona o ciudad crea su entorno

### CATEGORÍAS

- ▀ Arte | Cultural
- ▀ Ciudades | Desarrollos inmobiliarios | Paseos
- ▀ Arquitectura
- ▀ Retail
- ▀ Diseño
- ▀ Personajes | Diseñadores
- ▀ Tendencias
- ▀ Lifestyle
- ▀ Gastronomía
- ▀ Contract | Hotelería
- ▀ Moda
- ▀ Deco | Interiores |
- ▀ Ferias, Eventos, Exposiciones
- ▀ Materiales | terminaciones | Instalaciones

### ARCHIVO

- ▀ 2014
  - Febrero (7)
  - Marzo (6)
  - Abril (7)
  - Mayo (8)
  - Junio (7)
  - Julio (9)

### OTROS BLOGS



El gran impacto de ser padres trabajadores **Por María Orfila y Serrana Diaz**



Herramientas, recursos y estrategias para sobrevivir a la era digital. **Por Carina Novarese**



La evolución de una idea, y la muerte de otras tantas, hasta convertirse en portada **Por Simón Gómez y Jimena Abad**



Cracks a las sombras del olvido y héroes del silencio en un puñado de historias deportivas que merecen ser contadas. **Por Pablo Benítez**



Sobre el placer de la buena mesa, sus tradiciones y la historia de la cocina, que es la de la humanidad. **Por Angel Ruocco**