

#### CÓDIGO



**Publíméetro Inclusive.** Nota disponible en audio, escaneando este código QR. Utilice la aplicación AudioLector



/CORTESÍA

## Pasarelas académicas: un regreso para reforzar procesos

**Aprendizaje.** Tres instituciones colombianas se adaptan al contexto actual para formar nuevos talentos

#### LUZ LANCHEROS

Al ser Colombiamoda 2021 un evento en formato híbrido, era lógico que en el ámbito académico se apostara por formatos más democráticos e intemporales como lo digital. Esto pasó, al menos, con la pasarela de la Universidad Areandina y también con los talentos vanguardistas que ha promovido la Colegiatura. Pero también se pudo apreciar el proceso de años que ha liderado la Facultad de Diseño de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana, que presentó la visión de 21 egresados en distintos rubros y disrupciones que ya presentan nuevos nichos como lencería para hombre.

Durante 20 años, la UPB ha pensado en creadores que vayan más allá del brillo efi-

mero que presenta un medio cambiante. Más bien, se ha pensado en crear marcas verdaderamente sostenibles, que solucionen demandas de mercado —que hay muchas aún— y que sean consecuentes y realistas con las necesidades de la época. Así, a través de una puesta en escena continua, se pudieron apreciar piezas y marcas que abordaron elementos como la versatilidad del *streetwear*, tan común en época de pandemia, o elaboraciones más complejas del bolero, un *signature* que ya hace parte de la marca país. Y

de hecho, la experiencia cuenta más, porque se muestra que estudiar diseño de moda en un país que lo hace a su vez tan di-

#### LA CIFRA

# 21

Egresados de la Facultad de Diseño de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana mostraron su visión

ficil en sus condiciones actuales para los emprendedores, puede ser posible.

Este fue el caso de Annie Restrepo, de Peaches and Cream, cuya visión estética borda entre los *cores* actuales (tendencias digitales que son una reinterpretación de la generación Z en TikTok más suave de las contraculturas) y los boleros, pero lejos de su visión tropicalizada, ya tan masiva luego de seis años de su advenimiento gracias a diseñadoras como Johana Ortiz. “Es una marca *slow fashion* enfocada a la celebración y su pro-



“ESTA ES MI SEGUNDA VEZ EN PASARELA Y FUIMOS CONVOCADOS POR LA UNIVERSIDAD AL TENER MARCAS RECONOCIDAS EN EL MERCADO Y DESARROLLÉ LA COLECCIÓN PARA ESTA PASARELA”

ANNIE RESTREPO  
Peaches and Cream

#### LAS CLAVES

#### Fashion Films

En el caso del ámbito digital, también se quiere mostrar este proceso. Por ejemplo, Areandina, con *Dimensiones de la Moda*, también exhibirá para los internautas los proyectos de sus estudiantes en los diferentes clústeres de la industria.

De hecho, aparte de la sastrería y el *sportswear*, también se han especializado en desarrollar propuestas alternativas en vestidos de gala y novias, explorando incluso otras paletas cromáticas. Asimismo, le apuestan a tonos vibrantes, común denominador en las pasarelas de las últimas temporadas y también procesos más artesanales como pintura a mano y bordados, oscilando entre la ropa cómoda (que no se irá) y la exuberancia.

Estos 34 atuendos se podrán ver hoy, a las 5:30 p.m por la página de Inexmoda y las redes de la institución.



/CORTESÍA

pósito es la inclusión, ya que adaptamos nuestras prendas a cualquier tipo de cuerpo. Y la marca evoca mucho los colores pasteles y el romance y de por sí, los boleros son parte principal y dan un toque especial. Y el hecho de que las prendas sean hechas a la medida nos permite darle la dedicación necesaria a cada detalle, bolero, volumen. Esta es mi segunda vez en pasarela y fuimos convocados por la universidad al tener marcas reconocidas en el mercado y desarrollé la colección para esta pasarela”, le explica la creadora

a PUBLIMETRO.

De esta manera, acompañada de firmas como Süsser Lingerie, que le apuesta al género fluido desde la lencería, Orópéndola y Rosa Pistacho, que involucran a los artesanos con prácticas sostenibles, entre otras, se mostró cómo un creador puede desenvolverse en distintos aspectos del mercado y también, a su vez, definir con contundencia que más allá del glamur, existe un camino formativo que se puede enfocar en mostrar la moda como expresión y negocio en ámbitos y contextos diversos.