

Moda de Lima / Lima de Moda

Abril resultó particularmente emocionante para la industria de la moda local por la feria internacional de la industria de la vestimenta, Perú Moda, y el Lima Fashion Week, que alborotaron las agendas y los closets de los seguidores de tendencias.

En las brillantes páginas de las revistas que cubrieron estos eventos y en las redes sociales y blogs especializados, todo se veía como podría esperarse. Como una de esas ocasiones en que nuestra capital parece acercarse a su ansiada contemporaneidad, lista para los flashes y las refinadas exigencias de consumo y estética que cada vez aparentan ser más accesibles o menos exclusivas de los “países desarrollados”.

Sin embargo me pregunté si Agatha Ruíz de la Prada era la máxima representante de la moda internacional a la que se podía aspirar a invitar y si la programación del Lima Fashion Week invitaba a la sorpresa o se conformaba con ser una plataforma de difusión de figuras consagradas, más interesadas en mantener su cartera de clientes que en desafiar de algún modo los gustos y estados de ánimos generales.

Muy distinto es el caso de Sandra Serrano, quien el año pasado obtuvo el primer puesto del Concurso Jóvenes Talentos de Perú Moda y que en esta edición exhibió su colección inspirada en la flora, fauna y las actividades sostenibles que se realizan en el Parque Nacional Bahuaja Sonene. Sus sofisticadas prendas, con los colores del río Manu, del café orgánico y del gallito de las rocas, se verán en Holanda, Dinamarca y España y transmitirán el cariño y la profundidad de quien se compromete con seguir pacientemente el camino del hilo que ha visto asomarse de la vastísima trama de realidades que conforman nuestro país.

¿Qué visiones de la moda quisiéramos que estén de moda?, ¿Cuáles son las Limas que marcan tendencia?, ¿Cuáles preservan consensos o los importan sin preguntarse de dónde vienen y con qué intenciones?, ¿Qué creaciones logran sacudirnos y cuestionar nuestros lugares en esta ciudad?

Hace nueve años abrí una tienda en la calle Berlín, en Miraflores, cuando la zona era mucho menos comercial y el diseño un tema mucho menos popular. Junto a otras tiendas, contribuimos a dar forma a lo que se llamó el “boom del diseño independiente”. Se llama Pulga y acabo de traspasarla, a un par de jóvenes entusiastas con ganas de no dejar que el boom implosione. Durante ocho años le dediqué energía y amor a la posibilidad de armar un espacio que diera la bienvenida a curiosos aprendices de diseñadores, a amantes de las mezclas, de los cachivaches y de los objetos que mostrasen el cariño con el que fueron imaginados y confeccionados. La música y el arte eran parte de esta familia camuflada como tienda de ropa. Muchos jóvenes que compraban o trabajaron ahí son hoy brillantes diseñadores, como Sandra, o decididos emprendedores como Daniel y Gonzalo, que continuarán y mejorarán mi trabajo dirigiéndola.

Aprendí mucho con la tienda y en cada número de Mujeres Batalla me reencuentro con experiencias y conclusiones parecidas a las mías. Que es imprescindible la fidelidad a una motivación fuerte y particular para hacer que un proyecto así funcione. Que hay que aceptar que no podemos confiar en todo el mundo. Que hay que intentar identificar lo que podemos aportar en un contexto determinado para trabajar desde ahí, junto a quienes también desean que cambie y se acerque más a lo que deseamos que sea.

Si por ratos parece que Lima se pone de moda, preguntémonos cuál de sus *looks* es el que se impone y por qué. Y no olvidemos que detrás de las tendencias que más rápido pegan, hay siempre propuestas menos concesivas que necesitan de más tiempo y apertura para encontrar acogida, así como mucha gente trabajando silenciosa y arduamente para que los vestidos resplandezcan en las pasarelas.