

# MODA E IDENTIDAD PERUANA



La creación de moda joven y la expresión enfática de la identidad peruana son dos líneas de acción del diseño que se encuentran en muchas de las propuestas actuales. El diseño de indumentaria asume conscientemente los valores de la expresión social y cultural de uno mismo y de su comunidad, participando activamente en la dinámica de la identidad peruana.

El tema de la identidad está en muchos de mis proyectos: afiches, performances, creación de objetos y eventos, videos, moda. Desde la observación de los fenómenos de interculturalidad que subyacen en la relación entre lo global y lo local en la gráfica de los bienes de consumo, hasta la promoción de los valores nacionales más allá de las fronteras del Perú, a través de manifestaciones artísticas, la reflexión sobre la identidad, en mi caso, tiene componentes históricos, sociales, culturales que hay que tener en cuenta, incorporar, proponer. Estoy convencido que el arte y el diseño, como expresiones de la cultura visual, están en permanente contacto con las fuentes del imaginario colectivo

y tienen también la capacidad de intervenir en éste, creando lecturas de la sociedad y de uno mismo.

En este sentido, una de las experiencias más significativas para mí ha sido mostrar mi colección de vestimenta para hombres VNRO en el evento de moda *Cusco Always in Fashion* en 2009, en Cusco. El desfile en el hotel Monasterio integraba una vestimenta creada bajo la influencia de las culturas de Nazca, Paracas y Chancay en un espacio histórico, que evocaba a su vez el encuentro de culturas. El pensamiento implícito de la colección era dar a conocer no sólo una lectura de la continuidad de la identidad peruana sino también asociar



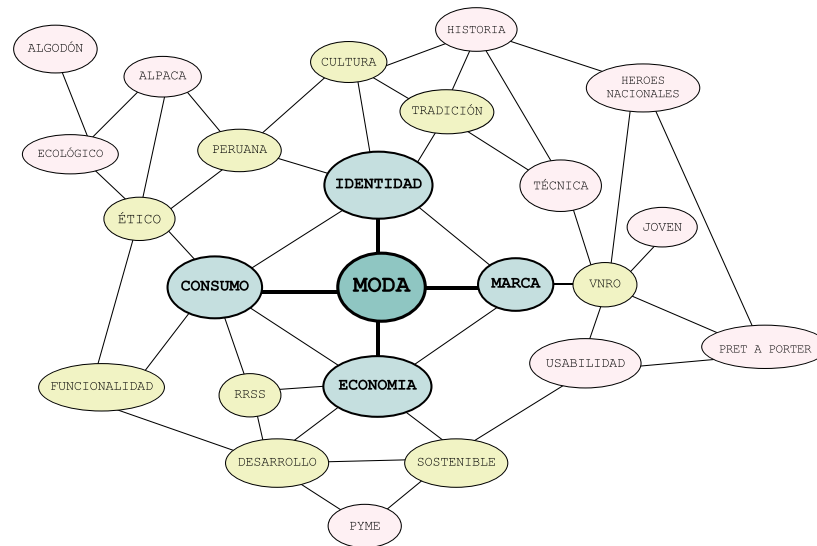


momentos históricos y esferas de actividad diferentes en una propuesta que reivindicaba por igual el arte precolombino, el arte popular de nuestros tiempos, el patrimonio natural nacional, sus fuentes productivas y el diseño creativo de nuestro momento.

Mi experiencia personal para la realización de esta colección me ha llevado ante la necesidad de pensar el proyecto de identidad en el diseño de indumentaria en las condiciones reales de nuestra sociedad. La moda peruana se construye actualmente en la intersección de los parámetros de la economía productiva, del consumo interno y externo, de las exigencias de construcción y funcionamiento de la marca y de la representación y significación de la identidad, como valor intangible, provisto de una gran fuerza de implicación y comunicación. Cada conjunto de parámetros desarrolla conexiones y redes que introducen en el universo de la moda variables que un creador de moda debe tener en cuenta para desarrollar su proyecto de marca, como es

el caso de la marca VNRO, por ejemplo.

Si intentamos conectar los diferentes elementos que intervienen en la construcción de un proyecto de moda peruana, podríamos encontrarnos con la siguiente estructura:



Pero el enfoque funcional de las interrelaciones entre los diferentes factores a tomar en cuenta es insuficiente sin el valor socio cultural del proyecto. El diseñador actual enfoca la identidad no sólo como una característica del consumidor, que debe ser identificada para implicarlo en el

proyecto de imagen y consumo, sino también como una participación responsable al desarrollo sostenible del país y a la comunicación de sus valores culturales. Uno de los potenciales polos de desarrollo del Perú se encuentra vinculado al área textil, desde la producción textil hasta el diseño y la confección de los productos textiles. En este mismo campo, se genera la posibilidad de crear conciencia de una moda peruana, en la intersección de varios enfoques: crear una moda que asume de manera consciente el proyectar iconos nacionales, difundir nuestra identidad, educar y formar valores que faciliten y promuevan la identificación con el Perú; crear una moda que interviene activamente en el desarrollo del país; crear una moda que desarrolla una política de inclusión. La base estratégica para un proyecto con estas expectativas debe ubicarse en el perfil económico del desarrollo actual del país.

La solución sería generar una adecuada armonía entre los diversos estratos empresariales



(gran, mediana, pequeña y micro empresa), capaz de sustentar el desarrollo de una línea productiva significativa. En este marco de integración, desarrollo y valoración de los recursos peruanos, la industria de la moda puede construir sus proyectos a partir de las fibras, la mano de obra y el diseño nacional.

Desde el punto de vista del diseñador, valorar las fibras del Perú, sus diseños ancestrales y su arte popular, es una sólida base para emprender proyectos innovadores, para crear estilos con referencias peruanas y estética contemporánea. La intervención en el mercado actual puede ir de la mano con la expresión de la identidad y el aprovechamiento y valoración de los recursos nacionales.

Por:  
[Edward Venero Carrasco](#)  
Docente de la Especialidad de  
Diseño Gráfico PUCP.

---

