

CON GRIFA COLOMBIANA

TRAMANDO



ES MENOR DE 30 Y YA LA CITAN COMO LA DISEÑADORA LATINOAMERICANA DEL MOMENTO.

ISABEL HENAO

ESTUVO EN MONTEVIDEO, BRINDÓ UNA CHARLA SOBRE SUS MÉTODOS E INSPIRACIONES, Y ACONSEJÓ EVITAR LOS EXCESOS.

**POR: MACARENA LANGLEIB.
FOTOGRAFÍAS: PABLO RIVARA.**

Trabaja la organza como si fuese papel y el papel de lino como una resistente viscosa. No suele teñir las fibras por inmersión sino rozándolas apenas en una bandeja metálica. Ama los cuellos tulipán y los plisados al bias, siempre que las estructuras aplicadas logren un efecto etéreo. Utiliza telas que parecen pintadas a brochazos y a menudo rompe reglas que para otros son ley, como aquella de no sumar más de tres colores en un atuendo. Isabel Henao detesta dibujar; para ella todo parte de los materiales. Sus talleres y tiendas se encuentran en Bogotá, Medellín y Barranquilla, aunque sus diseños hace tiempo que trascendieron las fronteras colombianas. Por algo recibe pedidos desde Kuwait. Pasarelas europeas y latinoamericanas compartidas con cole-

MODA

gas de la talla de Ágatha Ruiz de la Prada y Carolina Herrera, avisos de marcas como Freixenet -vistiendo, por ejemplo, a Gwyneth Paltrow- y premios como el *IAF Internacional Designer* (de Maastrich, Países Bajos) abultan un currículum intenso y sensible en partes iguales. Todo esto no habría pasado si no hubiera abandonado los estudios de Leyes, que abordó cumpliendo la tradición familiar, y después los de Filosofía y Letras, que espera culminar algún día. Cambió de clases para anotarse en Diseño industrial y de allí conserva métodos poco tradicionales, un eufemismo para decir que se vale de botellones de obras de construcción y lápices de soldadura, y que mientras estudiaba, arruinó la cocina de su madre con cualquier mezcla menos comida. "Tus manos tienen que ensuciarse para llegar a resultados únicos", recalcó durante la charla que ofreció en Montevideo, organizada por Skip y el Instituto Strasser en su 50 aniversario. Cuando no alcanzaba a terminar los cursos de moda en la Colegiatura Colombiana de Diseño, la seleccionaron del Instituto Marangoni de Milán. Hasta ese momento sus creaciones no salían del binomio blanco y negro, y tampoco sabía tejer, un *handicap* que no consiguió detenerla. Se especializó en tratamientos textiles especiales con un Master Magna Cum Laude, pero su método es el mismo de siempre: probar y sacar, trabajar sobre el maniquí y tomar fotos. Nada de bocetos.

-¿De qué diseñador le hubiera gustado asistir a una charla?

-Imagínate cuantos nombres. Pues, hay grandes maestros que siempre tratas de seguir y estudiar, como Chanel, Balenciaga o Capucci, un italiano que adoro enormemente. Pero creo que más importante que encontrar la técnica de un proceso terminado es entender qué viene detrás.

-He visto fotos tuyas rematando

algunas prendas antes del desfile. ¿Cuáles son los detalles que más la obsesionan?

-Uh, todos. ¿Sabés qué? La mayoría de las cosas que hago son muy manuales. Entonces, si viste las fotos, estaba yo con las dos agujas, tejiendo todavía. Me encanta este trabajo de tejer, de plisar, de cortar, de estampar, de hacer millones de cosas con los materiales en el taller mismo. Sobre todo en estas primeras piezas, hacer gran parte de los detalles personalmente porque es ahí cuando de verdad las ideas se transforman. Algo que podía ser, por ejemplo, una falda, termina siendo un vestido, o una bufanda, un *top*. Son cosas que van pasando sólo cuando las experimentas tú misma.

-¿Qué la decidió a especializarse en Italia?

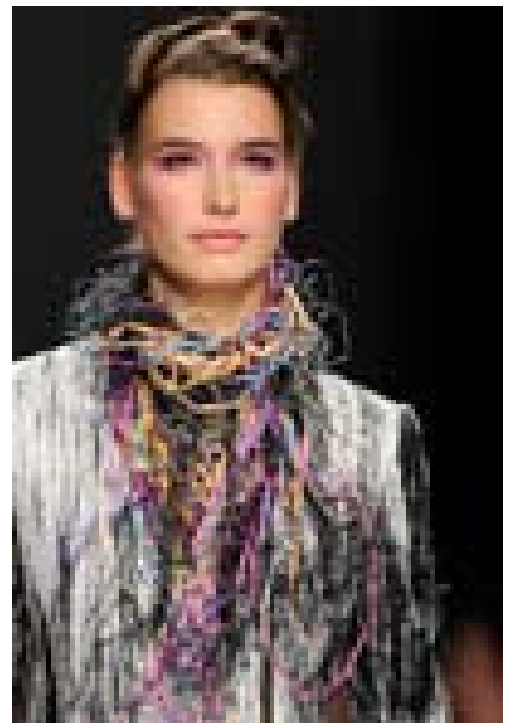
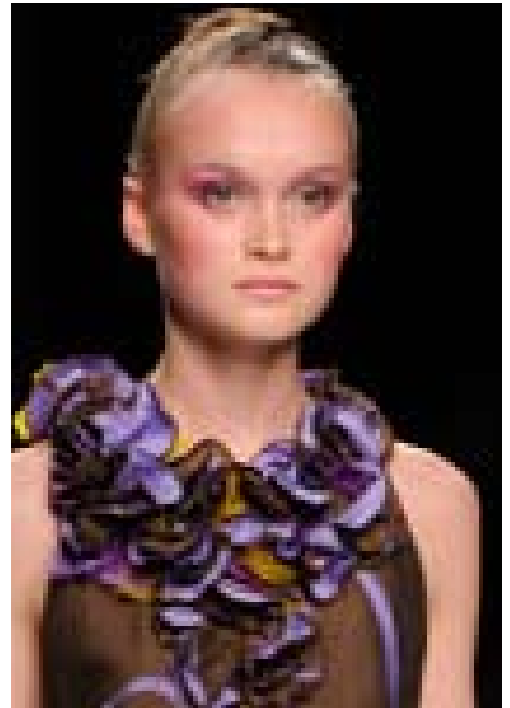
-Fue un tema de inquietud de enseñanzas. Sentía que necesitaba una visión un poco más amplia. Me pasó todo lo contrario: antes que tomar una visión europea de la moda creo que sirvió como terreno neutro para interiorizar cuáles eran mis ingredientes para poder tener una historia de diseño con personalidad. Para mí eso ha sido particular, porque me fui a Italia básicamente a estudiar la cultura latina. Son cosas que te pasan sin tenerlas muy en mente; son una sorpresa.

-¿Con qué se encontró?

-Fue interesante entender qué elementos tenía en mi cabeza: que de alguna manera estamos en el centro del mundo y que siempre tenemos una cantidad de referencias, pero que no podemos olvidar nuestras raíces en cuanto al color, a la sensación de piel y el ritmo mismo. Entender qué nos hace ser latinas y qué nos mantiene globalizados en términos de influencias universales.

-Incluso en su colección *Nocturna*, donde utilizaba preferentemente el negro, sumaba muchos colores.

-Así tenga muchas influencias orientales en lo que hago y en la construcción





de las prendas y el contenido sensible, siempre está presente el tema de ser mujer, de tener el cuerpo y la geometría femenina, y querer destacarlo. Es que las prendas con las que nos vestimos los latinos están muy cerca de nuestra piel.

–Acude a proveedores en Estados Unidos y en España. ¿Es difícil conseguir buenas telas en Colombia según sus exigencias?

–Hemos tratado de trabajar con materiales colombianos, como las lanas vírgenes, pero hay ciertas áreas de la industria textil en las que no estamos tan especializados. Tenemos que aceptarlo y tener este tipo de relaciones en conjunto con empresas que llevan muchísimo tiempo y que tienen algo increíble para aportarnos. Específicamente *Rafael Catalá*, una textilera española que tiene toda una tradición; tengo la fortuna de ser amiga personal de ellos y ya llevamos dos colecciones trabajando de la mano. Sus telas entretejidas parecen pintadas. Son bellísimas, la verdad, unos jacards maravillosos en viscosa, y nuestro proceso creativo tiene muchos puntos en común.

–Ha aparecido en varias portadas, con un físico privilegiado, una condición que no tienen todos los diseñadores. ¿Cuándo se planteó esto?

–La verdad es que empecé siendo modelo por ser más alta y más delgada de lo normal. No me lo tomé como profesión pero quería aprender. Para mí más que un trabajo fue una escuela muy grande poder estar en los *fittings*, ser parte de los desfiles, y hacer todo lo que venía en el proceso de la pasarela hacia adentro. Respecto al manejo de imagen, pues nada, es a fin de cuentas por lo que tú vives, así que es más que un honor cuando una revista quiere tenerme.

–¿Qué aprendió sobre las modelos?

–Millones de cosas: qué modelo puede funcionar mejor en qué atuendo, qué les puedo pedir, qué no, cómo hacerlas sentir cómodas para que hagan un mejor papel. Normalmente soy muy

amiga de todas y siempre les pregunto qué es lo que preferirían vestir de la colección.

–¿Tiene prendas fetiche?

–Me fascinan los vestidos. Es una pieza esencial.

–¿Se ha comprado alguno de diseñador?

–Claro, es ese tipo de placeres maravillosos femeninos. Issey Miyake es uno de mis grandes ejemplos a seguir, me fascina su estética: pura pero muy interesante en términos de estructura.

–¿Trabajó con él?

–Fui modelo durante un buen rato en Milán; tuve esa gran experiencia, así que siempre lo he sentido muy cercano. Con él directamente no trabajé, sí con su equipo creativo francés. A estas alturas de la vida él no hace parte del área creativa de la casa, aunque fue maravilloso ver cómo mantenían este buen balance entre las líneas muy simples y la exploración, y como siempre se podía empujar un poquitito más esa cuerda de lo nuevo y lo que ya estaba hecho.

–¿Cómo se alimentan mutuamente la industria de la moda y la de los certámenes de belleza en su país?

–Es divertido, porque es algo que ha estado muy separado hasta hace poco. Ahora los reinados de belleza cada vez están más cerca de los diseñadores y el prototipo de nuestras reinas cada vez está más cerca de nuestras modelos. Siento que estamos hablando de una belleza mucho más global. Y no tan demarcado dentro de este prototipo exagerado de lo que era la mujer latina.

–¿Están apuntando a mujeres más estilizadas?

–A mujeres con una belleza más natural, no tan exagerada en sus curvas. Por eso mismo cada vez veo menos chicas con operaciones en sus cuerpos. Estoy en contra de los excesos: tanto en el vestuario como en el cuerpo.

–¿Ha participado de reinados de belleza?

–En varias ocasiones he hecho proyectos de vestuario. Es un reto tener que vestir igual a 30 mujeres con condiciones de cuerpo muy características





"LA MODA, SOBRE TODO EN LATINOAMÉRICA, SE ESTÁ CONVIRTIENDO EN UN MOTOR POPULAR MUY GRANDE. A LA GENTE NO SOLAMENTE LE INTERESAN EL FÚTBOL Y LA MÚSICA."

para cada una. La belleza colombiana es como un modelo para los latinos.

—También diseñó los uniformes de la línea aérea Taca.

—Sí, hace tres años nos llamaron para acompañarlos en su cambio de imagen y en este momento toda la tripulación y los empleados de la compañía visten nuestros diseños.

—¿Cómo es trabajar con las limitantes corporativas?

—Supuestamente es todo lo opuesto a lo que haces día a día, pero tiene el mismo origen. Vas pasando de vestir a una persona con alta costura a vestir a 4.500 con algo que tiene que ser completamente funcional. Es maravilloso porque igual entras a hacer lo mismo: hacer sentir especial, diferente y muy bien vestida, tanto a esa persona que quiere llevar tus modelos de noche como a esta otra que quiere sentirse apreciada por su compañía y tener un buen desempeño ante sus clientes.

—Ya que hablamos de esto: ¿por

qué precisan un pañuelo al cuello las azafatas?

—Creo que es un sinónimo de *glamour* antiguo, de lo que eran las azafatas en los 60's. Pero sí, tampoco les queríamos hacer un pañuelo (*se ríe*). Les hicimos como una especie de cinta con velcro, muy fácil de poner, con un anudado muy bonito que le da un toque de color y que va con las nuevas líneas del logo de la aerolínea. Fueron muchos los estudios que tuvimos que hacer: qué tipo de labores tenían ellas, qué telas necesitaban, qué condiciones climáticas se podían presentar, por ejemplo, cuando la tripulación llegaba en verano a Argentina pero en invierno a Canadá, o viceversa. Creamos prendas sobre prendas y módulos intercambiables para que los utilizaran y se sintieran cómodas.

—Son varios los que opinan que la vanguardia actualmente no está en el arte sino en la moda. ¿Qué piensa de eso?

—La moda, sobre todo en Latinoamé-

rica, se está convirtiendo en un motor popular muy grande. A la gente no solamente le interesan el fútbol y la música. Básicamente tenemos una tercera pasión, y les encanta saber qué es lo último en esta estética real puesta sobre una mujer, que va a ser más interesante de ver que algo sobre una pared. Pero son expresiones y experiencias diferentes. Unir las dos es lo que trato de hacer.

—Hablemos del montaje de sus desfiles. ¿Cuánto le interesa controlar?

—Soy súper maniática, me encanta mostrar una colección con todos los ingredientes sensibles. Básicamente tienes 15 minutos para un desfile y contar toda la historia que vienes desarrollando por lo menos unos tres meses, y necesitas hacer de esos 15 minutos una experiencia completa que de verdad se comunique con esa persona sentada ahí al frente. Para mí la música es un gran apoyo, igual que los colores en escena,



como el peinado y el *look* de las chicas. El montaje del año pasado fue una cosa increíble. Hicimos unos árboles gigantes, utilizamos toneladas de papel reciclado para hacer el piso y muñecas de papel a tamaño real, con ruedas.

–En muchas partes del mundo las empresas de indumentaria optan por fabricar en China. ¿Cuál es la realidad en Colombia?

–El tema es complicado en el tipo de trabajo que hacemos nosotros: no podrías mandar una lana virgen a China para que la tiñan, la tejan a mano y tenga el mismo resultado, pero obviamente es una forma de mantener el negocio en compañías masivas. Creo que todo en la vida tiene sus opciones de comercialización y producción, y cada quien decide cómo hacerlo. Yo estaría totalmente en contra, porque para mí la masificación no es un punto. Sí es un tema tener un equipo de trabajo que tenga un trasfondo, aparte de producir algo. Me parece más interesante cuando las manos y las almas de todas estas personas se unen para hacer una prenda. Eso lo hace mucho más espe-

cial; así tenga un costo más elevado, en este momento el consumidor está más informado y sabe apreciar este tipo de detalles, así que ojalá siga pasando.

–¿Está exportando?

–Hemos estado vendiendo en España, en Centroamérica y tenemos varios proyectos en desarrollo para ven-

"COMO NOSOTROS
NO TENEMOS
ESTACIONES, LAS
COLECCIONES
SON EXCUSAS PARA
RENOVAR IDEAS"

der en Kuwait, lo cual va a ser un salto para nosotros, pero siempre han sido importantes nuestros clientes en Colombia. Es un país al que le interesa consumir su propio diseño, y eso es algo que no encuentras en todas partes.

–¿Y consume a la velocidad que imponen las colecciones?

–Como nosotros no tenemos estaciones, las colecciones son excusas para renovar ideas, pero siempre tienes clientes muy fieles que cada 15 días están en tu tienda preguntándote por algo que necesitan para un momento especial.

–¿También exporta su línea infantil?

–Sí, la línea de *Cozita* empezó hace un año y estamos ordenando todo porque ha tenido una muy buena acogida y es un proyecto que de verdad adoro con el alma. Es una mezcla de algo que puede ser más comercial y fácil de producir pero aun con elementos distintivos del diseño.

–¿Ve a su niña como una futura modelo o diseñadora?

–Simona es increíble: ella pinta, corta, ya tiene un maniquí chiquitito, hace vestidos, le toma fotos a las modelos...

–¿Se niega a vestir algo?

–Claro, sí. Tiene tres años y cuando quiere, quiere, y cuando no, no. Ella hace mil cosas y para mí es la jefa, la dueña de todo. ☒