

Fecha: 10-05-2026
 Medio: Diario Financiero
 Supl.: Diario Financiero - DF Mas
 Tipo: Noticia general
 Título: **EL CLOSET HECHIZADO: ¿DESDE DONDE NOS VESTIMOS?**

Pág.: 30
 Cm2: 652,7
 VPE: \$ 5.783.183

Tiraje: 16.150
 Lectoría: 48.450
 Favorabilidad: No Definida

En su nuevo libro, la periodista y experta en moda sostenible Sofía Calvo plantea que la forma en que vestimos en Latinoamérica está profundamente condicionada por un “hechizo” cultural, económico y estético impuesto por el Norte Global. Frente a eso, propone descolonizar el clóset como una forma de disputar ese orden y avanzar hacia prácticas más éticas y conscientes, arraigadas en la identidad y el territorio.

Desde el comedor de su casa en Villa Alemana, Sofía Calvo miraba el horizonte con una convicción infantil: detrás de esa línea de cerros estaba Estados Unidos. No era una idea abstracta, sino una intuición armada a punta de películas, videoclips, ropa y juguetes. Todo lo que valía la pena -lo bonito, lo moderno, lo deseable- venía de allí. Lo cercano, en cambio, parecía siempre quedarse corto.

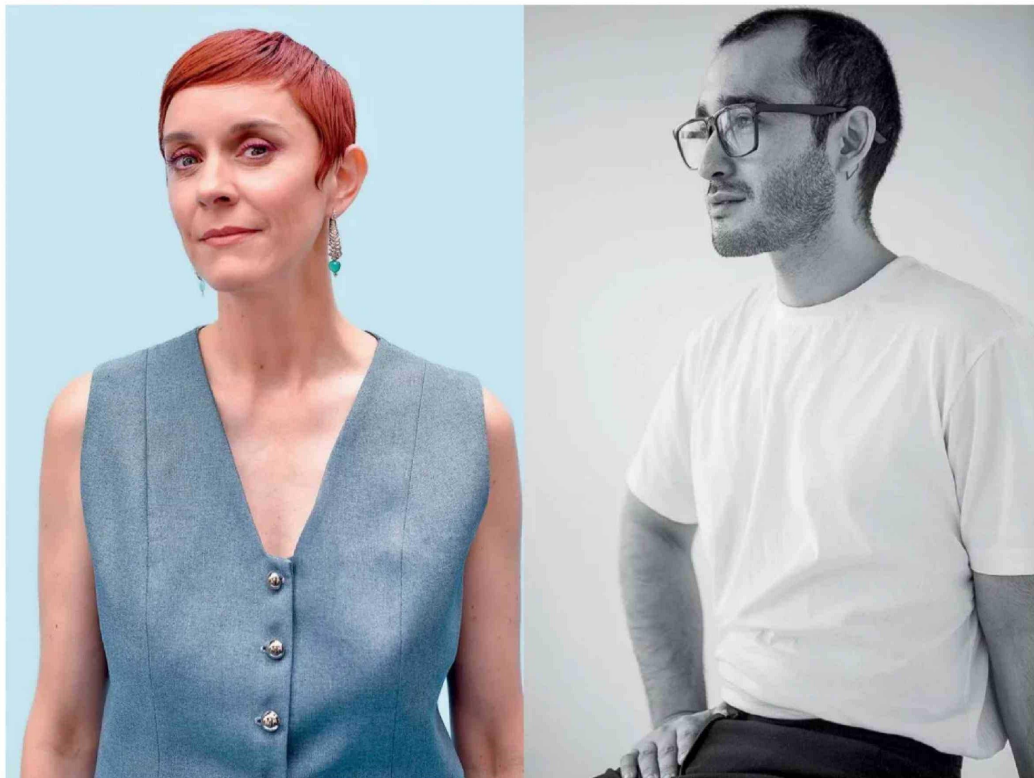
Pero como muchas certezas tempranas, esa ilusión también empezó a resquebrajarse. En su adolescencia -atravesada por una sensibilidad más escéptica y desencantada, propia de la cultura de los '90- aparecieron otros referentes: la música y la estética grunge, películas como *Reality Bites* o *Las vírgenes suicidas*. Todos ellos abrían la puerta a un mundo menos evidente, menos complaciente, más incómodo. Aun así, incluso en ese gesto de ruptura y rebeldía, el horizonte no cambiaba demasiado: seguía estando en el mismo lugar. El Norte.

Con los años, esa imagen dejó de ser una anécdota de adolescencia para volverse una pregunta. ¿Cuánto de lo que usamos -y de lo que creemos desear- viene realmente de nosotros, y cuánto ha sido aprendido mirando hacia afuera? En *Paisajes del vestir*, su último libro, Calvo, periodista y experta en moda de autor latinoamericana con foco en sostenibilidad, propone precisamente eso: desplazar la pregunta desde el “qué nos ponemos” hacia el “desde dónde nos vestimos”. Para hacerlo, introduce una noción clave: la del paisaje. No como telón de fondo, sino como una estructura compleja donde se entrelazan territorio, cultura, economía y poder. Vestir, en ese sentido, no es sólo cubrir el cuerpo, sino habitar una red de relaciones que distribuye valor, sentido e impacto de manera desigual.

Ese “hechizo”, como lo llama Calvo, al que hemos sido sometidos, no sólo define lo que deseamos, sino también cómo se produce, circula y descarta la ropa. La “ética del paisaje” permite leer la ropa más allá de la prenda: como resultado de flujos globales que distribuyen valor, deseo e impacto de manera desigual. El Norte Global concentra la narrativa, el diseño y el prestigio; el Sur produce, adapta y, muchas veces, absorbe las consecuencias materiales del sistema. En ese mapa, Latinoamérica no sólo aparece como proveedor, sino también como territorio de descarte. Hoy existe mayor conciencia de ello: “Los microbasurales de ropa en lugares como Alto Hospicio han hecho visible una problemática que antes era abstracta”, dice la autora.

Descolonizar la moda

Ese mapa no es inamovible. Como plantea Calvo, se abre hoy la posibilidad de “un



EL CLOSET HECHIZADO: ¿DESDE DÓNDE NOS VESTIMOS?

proceso de independencia o descolonización, en que pasemos de la subordinación a la agencia”. Construir una moda situada no es, por lo tanto, una cuestión de estilo, sino una forma de disputar esas relaciones desde el territorio, la identidad y la capacidad de decidir cómo y para quién se diseña.

Para la diseñadora Coca Ruiz, académica de Moda y Diseño Sostenible de Universidad del Desarrollo y de la Universidad Diego Portales, el desafío no está en “representar” lo local de manera literal, sino en construir una lógica interna coherente. “La identidad se construye. Se ve en la materia, en la silueta, en la proporción, en cómo la prenda responde a un cuerpo y a un contexto específico”, explica. “Y ahí hay que ser muy cuidadoso, porque es fácil caer en cierta folclorización o en una lógica de souvenir, donde la identidad se vuelve decorativa, ilustrativa, literal”, agrega.

La sostenibilidad, en ese contexto, no puede reducirse a un checklist técnico. “No basta con materiales correctos o buenas intenciones”, plantea. Y ahí aparece un punto

incómodo: el deseo. “Si una prenda no es deseada, no se usa. Y si no se usa, no importa cuán correcta sea en términos técnicos, no es sostenible”, enfatiza Ruiz.

Calvo introduce una advertencia complementaria: cuando la sostenibilidad se instala como tendencia, y no como práctica, corre el riesgo de ser absorbida por la misma lógica que pretende cuestionar. Convertirse en relato, en etiqueta, en atributo de marca.

Problema estructural

El diseñador nacional Guido Vera ha vivido en Londres y en Ciudad de México, pero su imaginario siempre ha estado en otro lugar. Sus colecciones -construidas a partir de textiles veganos, biomateriales y reutilización de descartes- remiten a paisajes extremos del sur de Chile, específicamente a la Patagonia.

Vera creció en Punta Arenas, y esa experiencia, marcada por viajes, condiciones climáticas exigentes y una relación directa con el territorio, se ha convertido en el hilo conductor de su trabajo. A partir de ahí, su

propuesta se articula en torno a la idea de vestir a los “nómadas de la nueva era”, con prendas funcionales, austeras y adaptadas al movimiento, inspiradas también en pueblos como los Selk’nam y su forma de habitar entornos hostiles.

“La sostenibilidad se define en cosas muy específicas: qué material eliges, cuánto produces y cuánto tiempo esa prenda va a existir. No diseñamos sólo para vender, diseñamos considerando su vida completa”, explica el diseñador, cuyo trabajo ha sido presentado en pasarelas europeas y reconocido por Forbes como uno de los 50 creativos más destacados del país.

No ha sido fácil, dado que el contexto local impone límites claros. “El principal problema en Chile es estructural: falta industria, escala y acceso a materiales”, dice. Pero esa misma limitación puede ser un punto de partida. “Hacer moda desde Chile no es una estética, es una condición. Implica diseñar con distancia, con escasez y con contexto. Eso cambia todo: desde el material hasta cómo y para quién produces.” +