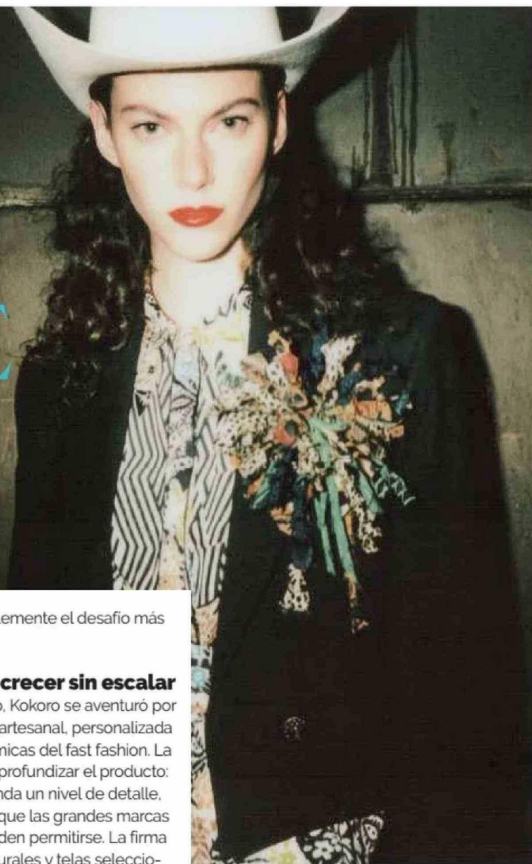


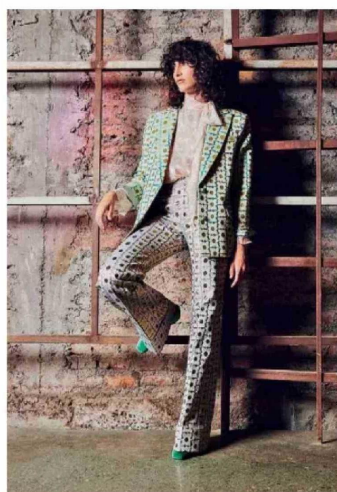
# DIEZ AÑOS DE LA ESTÉTICA INCONFUNDIBLE DE KOKORO



**En una industria dominada por la producción masiva y las tendencias fugaces, Kokoro eligió otro camino: prendas hechas en talleres propios, telas seleccionadas personalmente en Italia y Nueva York, y una estética que convirtió el color y la singularidad en su sello. A 10 años de la marca, sus fundadores reflexionan sobre oficio, creatividad y permanencia.**

**D**urante la pandemia, las conferencias del Ministerio de Salud se convirtieron en una rutina nacional. Chile entero miraba las pantallas para escuchar cifras, restricciones y proyecciones. Pero, en medio de ese escenario gris y repetitivo, había un detalle que comenzaba a llamar la atención en redes sociales: las blusas de la entonces subsecretaria de Salud Pública, Paula Daza. Amplias, coloridas, imposibles de ignorar. Más tarde se supo que buena parte de ese clóset provenía de Kokoro. La marca fundada en 2016 por Pola Morera e Ignacio Murúa, una dupla que durante la última década ha construido un universo fácilmente reconocible dentro de la moda chilena y que conquistó a celebridades tan distintas como Diana Bolocco y Amparo Noguera.

Detrás de esa estética inconfundible —estampados intensos, mezclas de colores poco habituales y prendas que parecen moverse en dirección opuesta a la homogeneidad del retail— hay también una historia marcada por el trabajo artesanal y la persistencia. Antes de crear la firma, Pola Morera, periodista de profesión, trabajaba en el mundo financiero, específicamente en la Bolsa de Comercio. "Para mí, dedicarme a la moda fue seguir una pasión, pero también arriesgar todo lo que tenía hasta ese momento para ir detrás de algo que me hacía sentido desde lo más interno", recuerda. La decisión implicó empezar prácticamente desde cero: aprender procesos técnicos, viajar personalmente a buscar materiales y construir un taller propio para sostener un modelo de producción que,



según explican, hoy es cada vez más difícil de mantener en Chile.

"Ha sido complejo producir moda en Chile. No existe una industria desarrollada, faltan proveedores, y muchos oficios ligados a la confección están prácticamente en vías de extinción. Hay poco interés de las nuevas generaciones por preservar esos conocimientos,

y eso ha sido probablemente el desafío más grande", explica.

## La paradoja de crecer sin escalar

Desde el comienzo, Kokoro se aventuró por una producción más artesanal, personalizada y alejada de las dinámicas del fast fashion. La apuesta consistió en profundizar el producto: dedicarle a cada prenda un nivel de detalle, tiempo y dedicación que las grandes marcas simplemente no pueden permitirse. La firma trabaja con fibras naturales y telas seleccionadas personalmente por Morera y Murúa en Nueva York e Italia. "No fue una decisión ética ni estética, sino más bien estratégica. La paradoja es que mantenemos pequeños nos hizo fuertes", dice Ignacio Murúa, ingeniero comercial.

Esa estructura más ligera también les permite reaccionar rápido y mantener control absoluto sobre cada etapa del proceso. "Tener nuestro propio taller nos da una libertad enorme. Podemos personalizar, corregir, ajustar y transformar constantemente las prendas y la producción según lo que queremos hacer, sin depender de estructuras rígidas", comenta.

## Contra el uniforme

La relación con sus clientas también se construyó desde la cercanía. Más que vender colecciones cerradas, Kokoro funciona muchas veces como un espacio de conversación y asesoría personalizada, donde las prendas se ajustan, transforman y dialogan con quien las usa. El showroom opera con cita previa y es la propia Pola Morera quien suele atender personalmente. Con muchas clientas mantiene contacto directo —incluso por WhatsApp—, cuando viaja a buscar materiales, no es raro que reciba encargos específicos de colores, estampados o telas. Esa relación constante también le ha permitido entender mejor cómo se comportan las prendas fuera del taller: cómo calzan, cómo envejecen y qué buscan realmente las mujeres que llegan a la marca.

Más que uniformar, Kokoro busca potenciar aquello que vuelve singular a cada mujer. "Creo que nuestras clientas son mujeres que no quieren pasar desapercibidas. No buscan encajar, sino empujar un poco más los límites de lo establecido. Y encontraron en Kokoro una manera de expresar individualidad, fuerza y carácter. Más que seguir tendencias, buscan

construir una identidad propia", dice Pola.

## La suma de las imperfecciones

La traducción literal de Kokoro es "corazón", pero, como ocurre con muchos conceptos japoneses, el significado es más profundo. Habla de un lugar donde razón y emoción no están separadas; de aquello que conecta lo que uno siente, piensa y es. "También es un recordatorio permanente de que necesito seguir disfrutándolo; si desaparece la pasión o la creatividad, todo pierde sentido", dice Morera.

A 10 años de la creación de la marca, ambos perciben también un cambio en el público. "Hoy existe un consumidor mucho más informado, con menos miedo a destacar, más dispuesto a buscar una identidad propia y menos interesado en vestir un uniforme. También hay una mayor conciencia respecto al daño que genera la moda desechable", aseguran.

Esa idea aparece condensada en Palimpsesto, la colección con la que celebraron la década de la marca. El concepto —tomado de los antiguos manuscritos que se reescribían sobre capas anteriores sin borrar completamente sus huellas— funciona como una metáfora bastante precisa de cómo entienden la evolución de Kokoro: no como ruptura, sino como acumulación de experiencia, errores, intuiciones y aprendizajes.

"La idea de usar Palimpsesto como concepto para la colección aniversario nace justamente de cuestionar esa idea de la reescritura como una forma de borrar lo anterior", dice Morera. Murúa lo resume citando a Flaubert: "El estilo es la suma de tus imperfecciones". Y agrega: "Para nosotros, cada prenda nueva contiene los aciertos y también los errores de las anteriores. Nada crece borrando lo previo; todo se construye encima de eso". +