



VINRO

“Design has become the most powerful tool with which man shapes his tools and environments (and, by extension, society and himself)”.

“El Diseño se ha convertido en la herramienta más poderosa con la cual el hombre moldea sus herramientas y sus ambientes (y, por extensión, su sociedad y a sí mismo)”.

Victor Papanek





Edward Venero es un diseñador que difícilmente puede ser encasillado: no es sólo diseñador de indumentaria, aunque ha diseñado varias colecciones, vestimenta, calzado, accesorios; o diseñador gráfico de revistas, afiches, catálogos, identidades de marca y corporativas; o diseñador de espacios comerciales, stands de promoción, instalaciones hoteleras; o artista visual, con participación en exposiciones en Lima, Cusco, Mar del Plata, Buenos Aires, Córdoba; o finalmente curador, promotor cultural, empresario. Edward Venero es, por otro lado, profesor en la Facultad de Arte de la Pontificia Universidad Católica del Perú, investigador y conferencista. ¿Faltaría decir que tiene 23 años? Su energía desborda, al igual que su creatividad. Siempre inquieto, siempre en busca de la innovación y renovación, es capaz de lanzar ideas y lanzarse a su realización con una eficiencia que impresiona a quienes no lo conocen y reconfirma la confianza que le tienen quienes lo conocen e interactúan seguidamente con él. Podría decirse que es el diseñador por excelencia, que diseña ideas, imágenes, objetos, espacios y realidades, que – en suma – rediseña el mundo, preocupado por los valores culturales de la sociedad peruana, por la continuidad de sus signos de identidad, expresados en formas estéticas a través de lo cotidiano. Es un diseñador de proyectos, destinados a intervenir en el mundo y cambiarlo para bien.

Su interés y dedicación al diseño de indumentaria resalta cómo la síntesis de novedad y creatividad en el diseño, que le es propia, se orienta hacia la práctica cotidiana de los valores. Los estilos de vida, sobre todo de los jóvenes, se relacionan con el consumo de bienes: sus actitudes encuentran su expresión a menudo en la opción expresiva, en cómo se visten, cómo se presentan, cómo se caracterizan. En los últimos años, Edward ha actualizado en sus colecciones elementos de arte precolombino, de arte colonial, de arte popular, de arte urbano, sin dejar de considerar la interacción entre lo local y lo global, entre lo estético y lo industrial. Ha creado indumentaria con identidad cultural: ha hecho moda ética.

Esta última colección, cuyo lanzamiento se realiza en la Capilla San Antonio Abad del hotel Monasterio, en el marco del evento que se desarrolla del 28 al 31 de octubre, en Cusco, Capital Arqueológica de América, Cusco Always in Fashion, evento destinado a llevar la ciudad de Cusco al gran circuito de la moda internacional, propone una línea de moda masculina, que valora la tradición de la imaginería cusqueña, retomando los motivos del niño Manuelito y del niño sabio; a los ángeles del arte cusqueño y otros motivos del sincretismo colonial; así como motivos del arte popular y del arte urbano peruano. El resultado: una moda audaz y elegante, juvenil e ingeniosa, cómoda y definitivamente exaltante de lo peruano. A ello aporta el uso de materiales naturales oriundos del Perú, algodón, alpaca, etc. Edward Venero es cusqueño y su interés por reforzar la conciencia de la continuidad, tendiendo puentes entre la tradición y modernidad (o postmodernidad), tiene en este caso el espacio ideal de manifestación.

Mihaela Radulescu









La creatividad y la comunicación se convierten en sinónimos en el momento que atraviesan diferentes soportes, es ahí donde el mensaje se convierte en expresión visual pura. Esta propuesta tiene ese pensamiento y su accionar es solo una visión o una expresión dentro del mundo de la moda.

El soporte textil es visto como una forma de plasmar un ideal de democratización y desarrollo en un país como el nuestro, donde se discuten diferentes temas asociados a la responsabilidad social. El compromiso es: “Nosotros podemos actuar dentro de la responsabilidad social desde nuestro accionar profesional.”

Edward Venero, diseñador gráfico de profesión, propone una colección estructurada con el objetivo de buscar nuevos polos de desarrollo. La moda es solo la excusa dentro de su quehacer de diseñador.

La comunicación establecida a través de las prendas nos demuestra que ésta es moda hecha para todos los miembros de nuestra sociedad y que cada uno de nosotros adecuamos a nuestra personalidad en la forma en que la consumimos y la llevamos. Esta propuesta es una pauta de moda y estilo donde nosotros, el público consumidor, solo tenemos que atrevernos a llevarla.

El eclecticismo de diseño, confección y texturas encontradas en esta colección nos plantea expresar nuestra manera de ser. La imagen proyectada de nuestro “yo”, comunica nuestra identidad de la mejor forma: usando nuestra materia prima nacional por excelencia, la alpaca. La expresión personal transmite el mensaje de consumir lo nuestro y de crear conciencia de valorar lo que producimos.

Esta alternativa apuesta por promocionar un rubro considerado en el Perú como elitista, trayendo abajo dicha concepción. Se demuestra que la moda es para todos. Hablar de moda ética implica el promover estratégicamente a futuro teniendo en consideración aspectos de desarrollo como la innovación tecnológica y artística. Nosotros podemos tener en el Perú un nuevo referente económico de desarrollo desde una perspectiva netamente vanguardista.

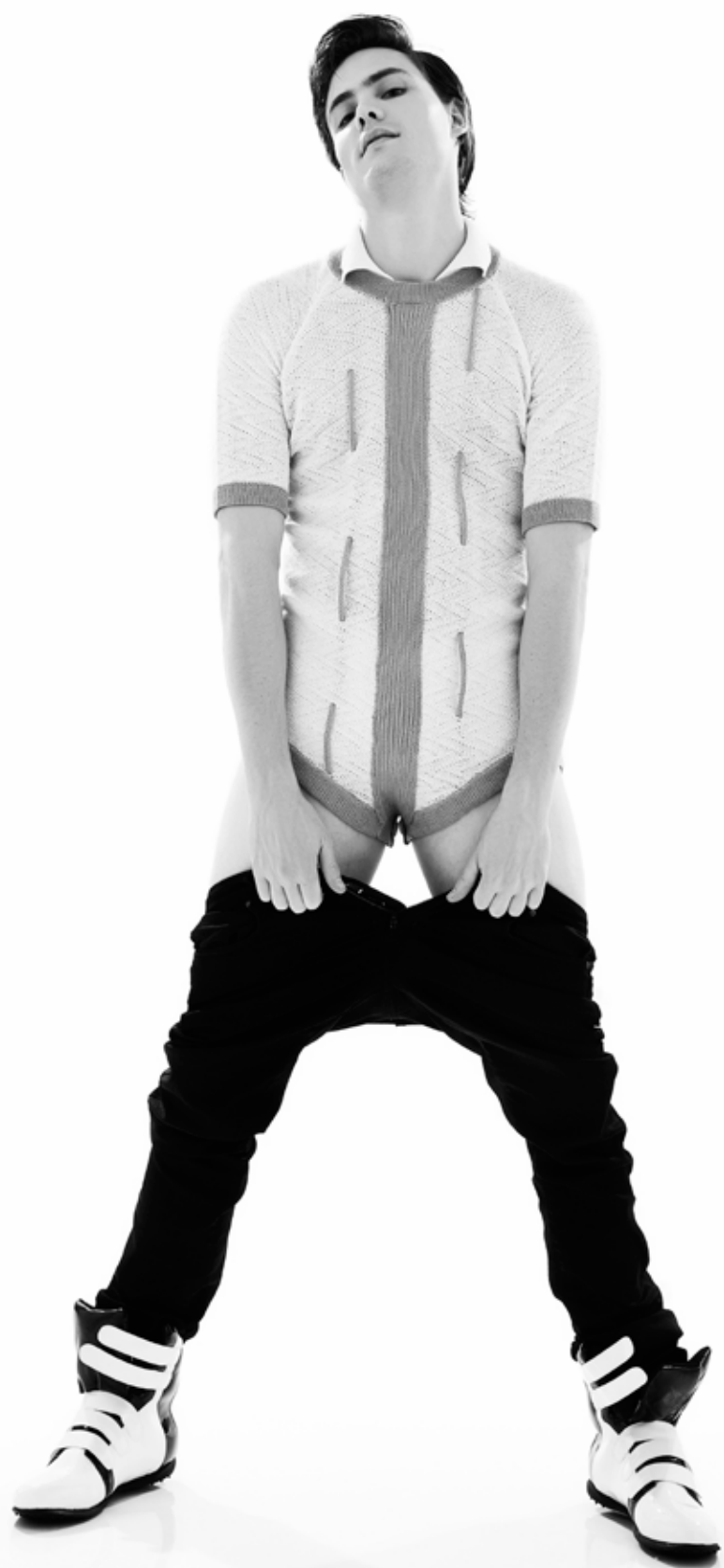
Angela Quispe del Pino











Escogí trabajar en fibras naturales porque representan la tradición artesanal de nuestra cultura. Desde épocas precolombinas nuestros primeros pobladores utilizaron al tejido como una manifestación cultural amplia, no sólo en términos de funcionalidad (prendas), sino también como medio de expresión y de distinción. Ciertos tejidos eran usados para determinadas ocasiones, e ingresaban en una comunicación visual que reflejaba su mundo lleno de mitos e historias. El arte del tejido en fibras naturales se constituyó en parte de la búsqueda inherente de todas las culturas precolombinas por transmitir su propio ideal de comunidad.

Hoy, revalorar nuestras raíces precolombinas nos remite a la dimensión ética de toda actividad creativa y productiva. En segundo lugar, pero no menos importante, el uso de la fibra natural es una forma responsable de consumo con respecto al medio ambiente, ya que al ser biodegradable, no lo afecta. Además, el sacrificio de animales para la producción de fibras queda descartado. Esto es bastante importante; en nuestro espacio, los auquénidos están protegidos bajo normas contra la depredación.

Desde estas premisas, creció un proyecto de crear empresa para el desarrollo sostenible de zonas marginales de nuestro país. Creemos que la creación de pequeñas empresas debería estar dentro del marco de la revaloración del trabajo manual, creando alternativas ante la industrialización total de la producción.

En resumen, el proyecto puede sintetizarse en la siguiente fórmula estratégica: Moda = Desarrollo = Perú.

Para llevarlo a la práctica, nos hemos asociado con una empresa tradicional de tejido, una de las primeras del medio: Capelli, con la que coincidimos en nuestro accionar y pensamiento, enfocado hacia la valoración del tejido del país, con uso exclusivo de técnicas de tejido manuales. La colección que se presenta en el catálogo es un primer resultado de esta asociación: una colección utilizando la materia prima existente, creando con los hilados y colores de la fábrica Capelli, con la ayuda de sus técnicas manuales tradicionales y el uso de máquinas artesanales.

La propuesta va para un público joven, respetuoso del bienestar de los demás y responsable con el medio ambiente, consciente de que su comportamiento genera cambios. Este público joven, con

sus acciones diarias, es el corazón del cambio. Parte del cambio es su actitud y el uso de prendas hechas de fibras naturales; de este modo, apoya el desarrollo sostenible de una comunidad, sus empresas y sus tradiciones, protege su entorno y a la vez es portador de un imaginario que representa a nuestro país.

Esta colección está dirigida a un público masculino, ya que comprendemos que parte de nuestro accionar responsable está en la búsqueda de la democratización de espacios: hablamos de buscar una igualdad de trato para con el público consumidor de estética. En nuestro país la mayoría de espacios de moda está dirigida al público femenino, olvidándose y en muchos casos etiquetando al hombre como público ignorante de lo estético. Los varones, al igual que las mujeres, necesitan sentirse bien con su imagen, necesitamos señalarle a nuestra comunidad que la segregación en torno al género parte de un prejuicio anacrónico y malicioso.

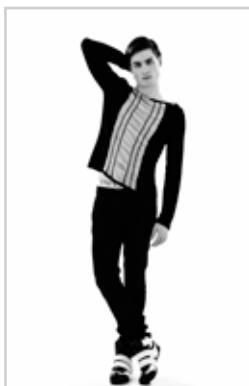
Las prendas en tejido de la colección tienen como referente principal a la gama de colores que encontramos en las culturas de la costa: los textiles Nazca, Paracas y Chancay. Los puntos usados están basados en la forma en que estas culturas precolombinas tejían desde sus redes de pesca hasta sus prendas ceremoniales. Predominan también las gasas, la mayoría de nuestras prendas son traslúcidas, ya que buscamos una colección atemporal. No queremos encasillar nuestros productos en una estación determinada, sino que puedan ser usados en cualquier momento del año. Se trata de una propuesta liviana, protectora y dinámica, pensada para el clima de la mayoría de regiones en nuestro país.

Las piezas conservan texturas, usan diversos puntos y combinaciones de ellos. En su mayoría son confeccionadas a mano y algunas otras en maquinaria artesanal. A nivel de estructura las prendas son lineales, de estructura simétrica, con tejido complejo; en algunos casos nos remitimos al uso de puntos en busca de destajos a manera de alto y bajo relieve, complementándose con accesorios de gran volumen.

La democratización de espacios se ve reflejada también en el tratamiento dinámico de las prendas, en tanto están presentándose diversas prendas de corte formal, informal y modular.

Edward Venero

Chompa con ojales, negro y plata, baby alpaca/algodón pima mercerizado
calzoncillo blanco, viscosa/algodón, elastico microfibra
Pantalón negro, algodón
zapatillas caña alta pasadores y velcro, blanco y negro



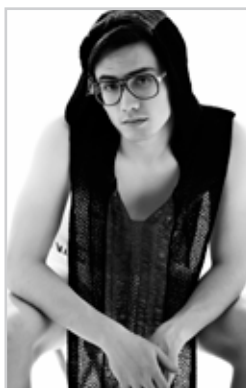
Chompa cuadros y trenza, negro y gris, baby alpaca
Pantalón doble pretina,gris, algodón
zapatillas caña baja velcro, blanco y negro

Camisa galones, blanco y azul, algodón pima
Pantalón negro, algodón
zapatillas caña alta pasadores y velcro, blanco y negro



Chaleco rombos y cuello, negro y beige, baby alpaca
Pantalón negro, algodón
zapatillas caña baja velcro, blanco y negro

Camisa diagonales, blanca, algodón pima
Pantalón doble pretina,gris, algodón
zapatillas caña alta pasadores, negro y plata



Chaleco en orquilla con capucha, negro y gris, baby alpaca
calzoncillo blanco, viscosa/algodón, elastico microfibra

Agradecimientos:

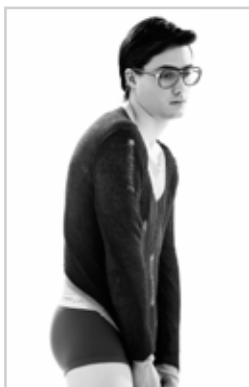
Edgar Venero y Rosa Carrasco, Abel Venero, Andrea y Paola Venero, Victoria Arregui, Wilfredo Miranda, Sonia Zamalloa, Oscar Gómez, Mochy Gonzales, Mihaela Radulescu, Carmen García, Angela Quispe del Pino, Mabel Sánchez, Katia Garro, Gabriela Rubio, Amaro Casanova, Milena Faúndez, Hernán Leyva, Lidia Alfaro, Mercedes Puga, Enma Porras, Veronica Galarreta, Juan Aragón, Abner Quispe, Andres Zuniga, Rafo Iparraguirre, Martin Basurto.

Camiseta con cuello y pliegues, celeste y blanco, algodón pima mercerizado
Pantalón negro, algodón
zapatillas caña alta pasadores, negro



Polo con cuello, blanco y negro, algodón pima
Pantalón negro, algodón
zapatillas caña alta velcro, blanco y negro

Chompa desagujada, baby alpaca/seda
calzoncillo gris, algodón, elastico microfibra



Cárdigan verticales, baby alpaca
Pantalón doble pretina, gris, algodón
zapatillas caña baja velcro, blanco y negro

Camiseta con cuello y pasadores, beige y verde, algodón pima mercerizado
Pantalón negro, algodón
zapatillas caña alta velcro, blanco y negro



Modelo: Oscar Gómez **Fotografía:** Rafo Iparraguirre. **Peinado y Maquillaje:** Hair Studio.
Con el Apoyo de: Cámara Regional de Turismo del Cusco (Cartuc), PromPerú, Cámara de Comercio de Cusco, Asociación de Agencias de Turismo del Cusco (AATC), Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cusco (Dircetur).



Impreso en papel 100% reciclado

COSAS
MODA



HOTEL
MONASTERIO

by ORIENT-EXPRESS



PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DEL PERÚ