

# La moda en Venezuela: Una industria creativa

*Fashion in Venezuela: A Creative Industry*

Recibido: 12/02/2020

Aprobado: 18/04/2020

## Camila Isabel Díaz

Licenciada en Comunicación Social.  
Directora de la marca Camila Isabel.  
info@bycamilaisabel.com

## Lorena Puerta Bautista

Historiadora y Dra. Ciencias Sociales (Universidad Central de Venezuela). Profesora y Jefa de la Cátedra Historia Económica General adscrita al Departamento de Ciencias Económicas y Sociales. Escuela de Administración y Contaduría. Universidad Central de Venezuela. Profesora del Doctorado en Historia. Universidad Católica Andrés Bello.  
lorenapuertab@yahoo.com

**Resumena:** Vestirse es una necesidad básica para el ser humano, el cuerpo necesita mantenerse a una temperatura que asegure la circulación sanguínea y comodidad. Al transcurrir los años, la elección de la vestimenta ha adquirido un carácter estético, se ha convertido en un adorno y una manera de transmitir información social y cultural. Ha habido una evolución y adaptación al entorno de las prendas de vestir que se pueden relacionar con acontecimientos históricos. En Venezuela hemos transitado por la moda vinculada a las tendencias europeas y recientemente tenemos casos de emprendimientos como el desarrollado por la marca Camila Isabel.

**Palabras claves:** Moda, Industria, Creatividad, Camila Isabel.

**Abstract:** We can consider clothing as a basic need for human, the body needs to be kept at a temperature that ensures blood circulation and comfort. In addition, over the years, the choice of clothing has acquired an aesthetic character; it has become an ornament and a way of transmitting social and cultural information. Over the years it has been noticed how there has been an evolution and adaptation to the clothing environment, on the other hand, it is related to historical events. In Venezuela we have traveled through fashion linked to European trends and recently we have cases of ventures such as developed by the Camila Isabel brand.

**Keywords:** Fashion, Industry, Creativity, Camila Isabel.

## Introducción

Desde la mirada histórica existe un vacío importante en el desarrollo de estudios que estén vinculados a conocer la moda en Venezuela en el siglo XX, quizá porque se piense que el científico social no tiene nada que aportar en este mundo tan cambiante y aparentemente alejado de la rigurosidad académica. Ante esta premisa creemos que hoy en día es más que necesario comprender a la sociedad en todas sus vertientes y es esta la motivación que nos ha llevado a unir la visión de la diseñadora de modas en Venezuela Camila Isabel Díaz y su marca *Camila Isabel* con la de la historiadora Lorena Puerta Bautista, interesada en comprender el pasado de la sociedad venezolana.

Hemos detectado vacíos historiográficos principalmente en el siglo XX, ya que del siglo XIX hay importantes trabajos como el de Antonio de Abreu Xavier<sup>1</sup> y Cecilia Rodríguez Lehmann<sup>2</sup>, mencionando solo dos de los más recientes publicaciones en el ámbito de la historia de la moda en Venezuela. Este escenario nos hace reflexionar sobre la importancia de analizar los cambios de la sociedad venezolana y la posibilidad de detectarlos a través de las tendencias de la moda, que ha motivado el cambio en el armario en cuanto a gustos, colores y estilos.

---

<sup>1</sup> *La pasión criolla por el fashion: Una historia de la moda en la Venezuela del siglo XIX*. Caracas, editorial Alfa, 2017.

<sup>2</sup> *Con trazos de seda. Escrituras banales en el siglo XXI*. Caracas, Fundavag ediciones, 2013.

En este sentido, nos hemos propuesto desarrollar algunas premisas que nos permitirán ir construyendo un acercamiento a la visión histórica de la moda, en donde hemos detectado la influencia europea y americana en el mundo del diseño latinoamericano y venezolano; los nuevos oficios y la vestimenta y por último las tendencias de éxito: caso Camila Isabel. Estas aproximaciones son una invitación para que se siga desarrollando una línea de investigación vinculada al tema de la historia de la moda en Venezuela en el siglo XX.

## Comprender la moda

El ser humano tiene necesidades básicas, la alimentación, vivienda, y vestirse, por lo tanto, el acto de tener implementos básicos para cubrir la piel es una elección para satisfacer una necesidad. En la medida en que las sociedades se han complejizado y alcanzado mayores niveles de desarrollo, el acto de vestir se ha convertido en una acción mucho más pensada, la elección de la vestimenta ha adquirido un carácter estético, se ha convertido en un adorno y una manera de transmitir información social y cultural.

Por lo tanto, partimos del principio de que la “moda no es un fenómeno universal, sino propio de las sociedades modernas, en las cuales el valor que se le da a la innovación es muy superior al que se le da al pasado y a la tradición”<sup>3</sup>. En el transcurso del siglo XX ocurrieron sucesos a nivel mundial como la llegada del hombre a la luna y las dos guerras mundiales que lograron que la moda cambiara. En Francia y específicamente en París, la moda en 1910 se caracterizaba por ser recargada, propia de la *Belle Époque*, una silueta que tendía hacia la versatilidad en la mujer y al orientalismo, se pone de moda el corsé recto y largo, las faldas con poco vuelo acompañadas de sobre falda. Además las que usaban de día se acortaban a los tobillos, dejando a la vista los zapatos. En 1914 comienza la Primera Guerra Mundial y la aparición de la moda mucho más cómoda comenzó a notarse, pero las faldas seguían acortándose, para ese momento hubo un *slogan* muy famoso “la guerra es larga, pero las faldas son

---

3 Gilles Lipovetsky. El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Citado en: Elisa Corsorelli, “Disfrazadas de modernidad. El vestido femenino en la Venezuela de finales del siglo XIX”. *revista mañongo*, n° 44, vol. XXIII, enero-junio 2015, pp 187-207; p. 187.

cortas”. Había mujeres que tenían la fortuna de no guardar luto, y seguían temas vinculados a la moda, considerados como banales, pero que también era un escape a olvidar la gravedad de lo que estaba sucediendo. El corsé fue expulsado del armario femenino porque hubo muchas mujeres que tuvieron que hacer trabajos que realizaban los hombres. Era muy incómodo dedicarse al trabajo arduo con límite del movimiento por la vestimenta ajustada al cuerpo que suponía el corsé.

En Venezuela para el siglo XX antes de la Gran Guerra, la *Belle Époque* parisina tuvo una influencia notoria en la ciudad de Caracas. La silueta “S” lograda por el corsé era lo que más resaltaba en la Plaza Bolívar, se veían mujeres idénticas como los cuadros de Renoir. También calzaban botines adornados con lazos, las faldas se acortaron y eran de talle bajo, medias de seda de color carne y zapatillas de tacón. El corte de cabello del momento fue de tipo *Garconney*.

**Figura N° 1**  
**Grabado. Trajes de señoras. 1872**



**Fuente:** *El Americano*, 1872. En: Cecilia Rodríguez Lehmann, *Con trazos de seda. Escrituras banales en el siglo XXI*, p.83.

En este contexto, nos encontramos que existe una necesidad de reevaluar las tendencias, los gustos, las elecciones sobre las formas más apropiadas al vestir y como pensar al ciudadano adaptado a cada situación, siendo la industria de la moda un sector de constante cambio creativo, en el que “...los diseñadores aprovecharon los cambios sociales, revoluciones y conjeturas históricas para

nutrir la moda de cultura; estilismo, tendencias y prendas que van desde el bikini hasta las plataformas [que] marcaron un antes y un después en la historia...<sup>4</sup>.

La moda por lo tanto no es solo una elección de prendas al azar, es también la expresión de la sociedad, a través de ella podemos ver el arte, la cultura y sobre todo la innovación constante que se le exige al diseñador.

El diseño de modas según Larissa Lando<sup>5</sup>, responde a la creación de un concepto planteado por los estilistas para cada nueva temporada (en los países con estaciones, que son los que marcan la pauta de la moda), que es plasmada en las colecciones de prendas de vestir y en la publicidad para luego ser confeccionada por las empresas en una versión simplificada y menos costosa para el gran público consumidor. Con esto garantiza la confección de la ropa para los estratos medios y populares. Es la clase media quien aprueba la moda cada nueva temporada, dado al importante rol que desempeña en los distintos ámbitos de la vida social.

Es decir, la moda no es algo que ocurre para un sector específico de la sociedad, hay diferencias en función de las posibilidades del consumidor, la alta costura no necesariamente esta desligada de la moda instantánea o de consumo rápido que se ha masificado en el siglo XX, las tendencias que son creadas, la elección de la paleta de colores, los textiles y materiales terminaran definiendo el armario de la sociedad en su conjunto, antes o después de la temporada. Por lo tanto, a través de la moda y de las propuestas que ofrecen los diseñadores, es posible comprender la sociedad en las diversas etapas de la historia.

## Del recato al vestir a la elección con libertad

El siglo XIX estuvo definido por el recato al vestir, las normas sociales bajo las cuales las mujeres tenían el rol casi exclusivo de permanecer en la casa sin acceso al desempeño de oficios que pusieran en peligro su rol dentro de la familia y la

---

4 Cómo se resumiría el siglo XX según la moda. En: <https://thamaranta.com/brillo/siglo-xx-segun-la-moda/> (revisado 14/03/2020).

5 Citado en: Eva Herbert, “¿El modisto propone y la mujer dispone?”. *Revista venezolana de estudios de la mujer*. Julio - diciembre 2013, vol. 18, n°41, pp. 243-256, p. 247.

sociedad, la prioridad era la formación de una dama educada para permanecer en las labores del hogar, acompañar al esposo, educar y forjar valores en los niños y aprender un arte, pero jamás introducirse o entrometerse en la política.

Esta situación cambia y las “...mujeres jóvenes de los años 1920 muestran el pecho liso, sin corsé, llevan faldas cortas y enseñan las piernas, se cortan el pelo como un chico, escuchan jazz y bailan. Se maquillan exageradamente, beben licores fuertes, conducen automóviles y tienen actitudes desafiantes a lo convencional de la época...”<sup>6</sup>

Esta es una tendencia que se hubiese visto como un gran escándalo en la sociedad tradicional de no haber sido por el momento histórico que estaba atravesando el mundo, la humanidad clamaba después de la gran guerra (1914-1918) romper los paradigmas más elementales de la sociedad europea.

Es el momento en el periodo de entreguerras que surge una de las diseñadoras de moda europea más controvertida, Gabrielle Chanel – Coco Chanel, que rompe definitivamente con el uso del corsé y manifiesta una idea mucho más libre del cuerpo femenino a través de la moda.

En Europa y en los Estados Unidos de América, estas transformaciones se viven más rápido, en el caso de Venezuela se empiezan a manifestar estos cambios progresivamente, pero hay un hito que tiene que ver más con la situación política que con una revalorización femenina y es cuando se permite el voto femenino con la instauración de la Junta Revolucionaria de Gobierno<sup>7</sup>, y la promulgación de una nueva Constitución, sancionada el 5 de julio de 1947, que otorga el voto directo, secreto y universal a todos los ciudadanos a partir de la edad de los dieciocho años, por primera vez las mujeres podían ejercer el derecho al voto y un presidente civil del ámbito de las letras Rómulo Gallegos llega al poder.

Estos cambios progresivos van permitiendo un rango de acción mayor de

---

<sup>6</sup> Silvia Ventosa, “Construyendo la historia de la moda desde la perspectiva de identidades de género” Actas del III Simposio FHD. To be or not to be. El papel del diseño en la construcción de identidades. Barcelona: 12-13 de marzo 2020, p. 9.

<sup>7</sup> Conformada por Rómulo Betancourt, quien la preside, Raúl Leoni, Gonzalo Barrios, Luis Beltrán Pietro Figueroa, Edmundo Fernández, por el lado de los civiles; por el de los militares se encuentran Carlos Delgado Chabaud y Mario Ricardo Vargas.

la mujer en la sociedad, surgen los movimientos reivindicativos en un contexto en el cual la juventud clamaba por cambios, el auge que toma la década de los sesenta por la tendencia hacia la desinhibición tiene que ver con que básicamente durante la mitad del siglo el mundo había pasado por acontecimientos trágicos como las dos guerras mundiales además de periodos de recesión económica. Es el caso en la década de 1960 del uso de la minifalda.

La llegada de una prenda tan “diminuta” generó polémica y revuelo entre los conservadores. Aunque no se sabe con exactitud si su creación vino primero de Mary Quant o André Courrèges, el hecho es que funcionó como un buen símbolo de libertad para los movimientos reivindicativos<sup>8</sup>.

Es entonces cuando adquiere espacio los movimientos de liberación nacional y el rock como símbolo de irreverencia en medio del escenario de la Guerra Fría en donde los jóvenes, muchos de ellos nacidos cuando terminó la Segunda Guerra, querían conquistar el mundo mediante la música, las protestas masivas y el uso de prendas que auspiciaban la trasmisión de ese mensaje, por ello «La minifalda fue un fenómeno extraordinario y tuvo un gran impacto ya que era parte de la cultura juvenil emergente de la década de 1960 (...) en gran medida una expresión de esa cultura de los jóvenes y del inicio del movimiento de liberación sexual que trajo la invención de la píldora anticonceptiva. Fue como un momento histórico», en palabras de Valerie Steele, directora y curadora en jefe del museo del *Fashion Institute of Technology de Nueva York*<sup>9</sup>.

Como la moda es constante creación, innovación y cambio, en la década de los años setenta la minifalda no desaparece pero irrumpe la tendencia de los pantalones acampanados y las maxifaldas. No obstante, ha quedado a través del tiempo la minifalda como un icono de irreverencia, protesta e incluso para algunos diseñadores como Coco Chanel - a quien se le atribuye que - la consideraba como una prenda “sencillamente horrenda”.

---

<sup>8</sup> Cómo se resumiría el siglo XX según la moda. En: <https://thamaranta.com/brillo/siglo-xx-segun-la-moda/> (revisado 14/03/2020).

<sup>9</sup> Katya Foreman, “La minifalda: cómo surgió la prenda que conquistó al mundo” en: [https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/07/140717\\_iconos\\_moda\\_minifalda\\_finde\\_dv](https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/07/140717_iconos_moda_minifalda_finde_dv) (revisado 20/03/2020).

Figura N° 2

Protesta por el uso de la minifalda



**Fuente:** <https://www.infobae.com/tendencias/estilos/2017/09/23/minifalda-como-se-convirtio-en-simbolo-de-liberacion-y-empoderamiento-femenino/>



En las décadas que siguen los movimientos por la liberación femenina y el acceso a la profesionalización, la aceptación de la mujer en otros ambientes fuera del hogareño van rompiendo con las antiguas tradiciones y posibilita la formación de un nuevo código de conducta, que requiere y se expresa también a través del mundo de la moda.

## El Blue Jean un símbolo de irreverencia

Varios acontecimientos importantes surgen a raíz del auge de la industria petrolera en Venezuela en el siglo XX, la llegada del personal americano que trabajaba en las compañías petroleras, la influencia del cine estadounidense con sus grandes estrellas y la profesionalización de la clase media.

Producto de ese ambiente de cambio que apuesta por lo moderno y todo lo transforma, en un contexto de posibilidades económicas que permitía al Estado un mayor gasto social producto del rentismo petrolero, vemos transformaciones importantes como los que ocurren en la ciudad de Caracas cuando surge la urbanización Las Mercedes y las áreas que la circundan, exclusivamente ideada como lugar de residencia de la mayoría de los empleados principales de la *Creole Petroleum Company*; allí no solamente se construye la urbanización sino también el centro comercial “Las Mercedes” con su supermercado, ubicado en las cercanías de la autopista del Este, la tienda por departamentos *Sears* en Bello Monte, el Centro Venezolano – Americano (CVA), el Colegio Americano, la estación de gasolina en la avenida principal de Las Mercedes, el Valle Arriba Golf Club, el Hotel Tamanaco, ubicado al Sur del Guaire.

Todos estos espacios tienen un especial tinte petrolero pero también americano que se va a irradiar en el estilo y en el uso de una prenda de vestir que se adapta a la modernidad que se está desarrollando en Venezuela, es ahí cuando el pantalón y particularmente el *Blue Jean* van a tener cabida en el armario femenino.

Hay que tener en cuenta que el pantalón hasta principios del siglo XX es un símbolo de masculinidad, es una prenda de vestir que no se había incluido en el armario femenino, tiene que ver con estereotipos sociales y de género en donde está claramente definido que la falda y los vestidos deben ser los protagonistas al

momento de vestir de una dama.

No obstante, a mediados del siglo XX hubo importantes rupturas paradigmáticas que permitieron a las mujeres utilizar esta pieza, partiendo incluso de las adaptaciones que la misma Coco Channel incluye desde la alta costura, luego es una pieza que se va propagando en el cine americano y finalmente empieza a masificarse su uso.

Dentro del nuevo rol que va a ocupar la mujer venezolana progresivamente en el siglo XX, nos encontramos que el uso del pantalón y del *blue Jean* van encontrando cabida dentro del nuevo código de vestimenta, así como también lo hace la posibilidad de dedicarse a nuevos oficios fuera del hogar.

**Figura N° 3**  
**Marilyn Monroe**



**Fuente:** <https://www.girlygirlmagazine.com>

El pantalón es una prenda que permite la versatilidad, elegancia y libertad de movimiento, la moda supo cómo adaptar esta pieza al armario femenino sin olvidar que “en el desarrollo de la humanidad, la estética femenina ha sido siempre un elemento central. La vestimenta, los atavíos y los perfumes han constituido piezas fundamentales en la determinación del ser mujer...”<sup>10</sup>, por lo tanto, es una mujer moderna que busca libertad y romper con paradigmas tradicionales, pero esto no significa la pérdida de la condición femenina sino por el contrario siempre va en la búsqueda de la reafirmación de aquello que sea funcional pero a la vez que reafirma el cuerpo femenino.

## Las tendencias venezolanas en la moda desde mediados del siglo XX

La moda parte de una necesidad de transmitir una idea, por ello desde la década de 1950 podemos identificar ciertos cambios que se van ajustando con los ritmos de la sociedad de consumo y los cambios de la identidad social. La década de 1950 estuvo caracterizada por el uso de las faldas de línea o línea campana, blusas ajustadas y guantes, la paleta de colores se inclina hacia los tonos pasteles.

La mayor influencia en el tema de la moda proviene de Francia y los Estados Unidos. Solían usarse tonos claros de día y oscuros para la noche. Se considera que era una época de *glamour* lo que vivió la sociedad venezolana en la dictadura del General Marcos Pérez Jiménez

...en donde las fiestas en el Círculo Militar representaban el encuentro de la moda y la clase en el país. Según Nacho Marín, Caracas era una parada obligada en el ámbito de la moda mundial. Se encontraba entre las capitales, tenía tanta importancia como Milán, París, Madrid y Tokio. Entonces se sintió la necesidad de registrar estos acontecimientos, y es por esto que la fotografía de

<sup>10</sup> Eva Herbert, “¿El modisto propone y la mujer dispone?”..., p. 251.

sociales tomó tanta relevancia...”<sup>11</sup>

Durante esta época la alta costura jugaba un papel muy importante en Venezuela lo que llevó a que Dior abriera una tienda en la ciudad de Caracas en conjunto con *Ungaro, Yves Saint Laurent y Gianfranco Ferré*<sup>12</sup>, que fue cerrada cuando cambian las condiciones económicas y políticas de Venezuela.

En la década de 1960 tiene un gran auge el uso de pantalones con botas estilo campana y ceñidos hasta la rodilla, era usual que este estilo de prenda se acompañara con camisas de algodón, dejando de lado la formalidad de las camisas de cuello y botones. Permanece el uso de vestidos y faldas cortas. El cabello se utiliza corto o con cortes geométricos, el maquillaje es acompañado con una línea gruesa en el contorno de los ojos. A este *look* le acompañan lentes grandes y llamativos de pasta.

También hay que tener en cuenta que en los primeros años de la década del 1960, “...el ícono de la moda era Jackie Kennedy con sus perlas perfectamente blancas y trajes a la medida. A mediados de la década, la modelo Twiggy inspiró a las mujeres a que liberaran su cuerpo y mente. La moda años 60 fue revolucionaria en muchos aspectos, por ejemplo, con la aparición de la minifalda...”<sup>13</sup> estas tendencias que provienen de los Estados Unidos de América, también son tomados en cuenta en la moda venezolana.

La década de 1970, fue una década de cambios en la moda, que recibió el nombre de “Revolución de Lavar y Vestir”. Las personas comenzaron a usar prendas de poliéster y otros materiales similares que no requerían del planchado.

---

11 Angie Belloirín y Alejandro Terenzani, *www.ElTendedero.com. Desarrollo de un blog de fotografía para la difusión de tendencias de moda en la ciudad de Caracas*. Trabajo Especial de Grado. Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Central de Venezuela, p. 61

12 María Fuentes, Kerlys Montezuma y Stephanie Moreno, *50 años de moda en la mujer venezolana*. Trabajo de grado para optar al título de comunicación social mención artes audiovisuales. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, 2017, p. 30.

13 “Moda años 60” en: <https://cafeversatil.com/moda-anos-60/> (revisado 08/08/2020).

Los pantalones acampanados, los estampados y colores psicodélicos<sup>14</sup> se mantienen hasta inicios de la década de los ochenta.

El año crucial para la industria de la moda fue 1983, “...con el conocido ‘Viernes Negro’ y el cierre de las importaciones, impidiendo que las casas de alta moda pudieran presentar a sus clientas diseños 100% importados, así como traer telas e insumos para la elaboración de estos diseños en el país, cerrando de manera eminente hasta el día de hoy sus puertas...”<sup>15</sup>. En medio de este contexto surgen los nombres de los diseñadores que más han tenido éxito en la industria de la moda venezolana, como una respuesta a la demanda nacional y ante las condiciones de crisis económica que caracterizo la década de los ochenta y que se mantienen en la década de los noventa entre ellos se encuentran Ángel Sánchez, Giovanni Scutaro, Margarita Zingg, Mayela Camacho, Guy Meliet, entre otros. Apostando por un estilo muy propio de la moda venezolana en vías de la consolidación.

Una de las diseñadoras que se destaca en la década de los ochenta es justamente Carolina Herrera, “...fue una de las primeras en usar hombreras, pues creía que los hombros más amplios hacían que las cinturas de las mujeres parecieran más pequeñas, y le encantaba también el uso de mangas elaboradas”<sup>16</sup>, su éxito a lo largo del siglo XX hizo que se convirtiera en uno de los iconos de la moda en Venezuela, a pesar de que desarrolló principalmente su industria en el mercado norteamericano ubicó algunas de sus tiendas en el país.

La década de 1990, cambia la paleta de colores dejando atrás los tonos fluorescentes y demasiado llamativos. “Aunque sí es cierto que las tonalidades se suelen combinar, pero se hace de una manera más relajada. Del mismo modo, otro de los aspectos básicos fue la simplicidad de los looks, entre los que podemos hablar de un toque minimalista”. También el centro de referencia son las supermodelos, quienes nos acercan a una línea de ropa mucho más versátil.

---

14 María Fuentes, Kerlys Montezuma y Stephanie Moreno, *50 años de moda en la mujer venezolana*. p.73.

15 Carolyn Aldana Kukiél, “las mañas del venezolano en la moda” en: <https://foroalfa.org> (revisado 08/08/2020).

16 <https://elnacionaldigital.com/2020/02/19/carolina-herrera-del-gueto-aristocratico-a-las-pasarelas-internacionales/> (revisado 08/08/2020).

Debido al auge de la televisión por cable, en Venezuela se incorporaron los canales como MTV y producciones televisivas como *Beverly Hills* y *Friends*, las cuales marcaron la moda. Esto llevó a que *Banana Republic*, *Calvin Klein* o *Tommy Hilfiger* fueran los preferidos por los venezolanos.<sup>17</sup> El crecimiento de marcas internacionales, o tiendas que vendían estas marcas, se debió a los retos para la moda nacional, a los diseñadores locales se les dificultaba encontrar telas y accesorios para sus colecciones, las cuales llegaban a costar lo mismo que las marcas internacionales.

La modernidad permitió en el siglo XX la configuración de un espacio urbano distinto en el que cada vez más se le abren las puertas a los centros comerciales, el *atelier* y la tienda del diseñador empiezan a competir con la masificación de las tendencias al vestir. Sin embargo, la alta costura y la moda no pierden espacio sino que por el contrario reafirman y responden a la demanda adaptándose a las tendencias y gustos de los consumidores.

De acuerdo a la diseñadora Carolina Herrera<sup>18</sup> la industria de la moda es difícil, la mujer moderna tiene cada vez más urgentes preocupaciones, y eso se expresa en su vestimenta. La moda en el pasado significaba que se debía tener el coraje de llevar algo diferente para expresar una personalidad individual, pero dentro de los límites establecidos por las normas formales de la elegancia y el estilo. Hoy en día las personas quieren ser libre de usar lo que le gusta, cualquier combinación y que no haya reglas que seguir.

Ante estos retos se enfrentan los emprendedores de la industria de la moda en Venezuela, como los que ha asumido la marca *Camila Isabel*.

---

17 “Un paseo por la historia: tendencias de moda de los 80 y 90” en: <https://venezolanosilustres.com/moda-80-90-venezuela/> (revisado 08/08/2020).

18 <https://elnacionaldigital.com/2020/02/19/carolina-herrera-del-gueto-aristocratico-a-las-pasarelas-internacionales/> (revisado 08/08/2020).

## Las nuevas tendencias del emprendimiento de la industria de la moda en Venezuela caso: *Camila Isabel*

Hoy en día, en el mundo de la moda existen innumerables tendencias que transcurren al mismo tiempo. Cada día estamos más globalizados, ya que la tecnología a lo largo de estos años ha avanzado a pasos agigantados. Es posible estar conectados minuto a minuto a través de las redes sociales y medios digitales que han ido surgiendo. Además de distintas herramientas que hacen que de alguna manera u otra estemos comunicados e intercambiando contenido. Por esto, los directores creativos, CEO, diseñadores, entre otros, en cualquier lugar que se encuentren pueden estar actualizados sobre lo que está ocurriendo en la moda. Esto es un factor importante que influye y hace que Venezuela siga adelante. Nos hemos tenido que reinventar y le hemos dado un vuelco a nuestra industria, lo cual ha sido muy positivo porque han surgido nuevos negocios, emprendimientos, marcas, estilistas, productores, entre otros.

La moda local está creciendo, nos estamos haciendo más conscientes, tanto el consumidor como el creativo. El cliente está valorando cada día más lo que se hace en nuestro país, sabiendo que al invertir, estamos aportando a la economía, y de alguna manera esto nos beneficia a todos. Los creativos estamos trabajando por la originalidad y calidad, a pesar de que la mano de obra es escasa y los insumos no son fáciles de conseguir, estamos avanzando y buscando opciones para continuar.

También, analizando la industria existen varias marcas que están logrando tener una coherencia y una identidad sólida. En el caso de *Camila Isabel* esto lo hemos tenido presente desde los inicios y seguimos trabajando por ello. Creemos que es fundamental tener una identidad tanto gráfica como unas piezas únicas y diferentes, para que de esa manera sea reconocible y exista una diferenciación de la competencia, sin dejar a un lado las tendencias.

Uno de nuestros principales valores es la sostenibilidad, siempre trabajamos por conseguir objetivos que nos lleven a tener una empresa sólida y a largo plazo, también por conservar el ambiente, además de siempre buscar darle un trato justo y una remuneración acorde a nuestros empleados. Desde el principio manejamos varios proyectos donde queremos generar consciencia para en el

mundo. Trabajamos en varias propuestas, tanto en el *packaging* de la marca como en los diseños, realizando bolsas de papel de revista reciclado para entregar nuestros productos. También para la colección “En Construcción” generamos unas tiras a partir de los retazos de nuestras telas confeccionándolas en telares manuales y apoyando la artesanía del país, en la colección “Percepción” le dimos continuidad al proyecto creando los cinturones para nuestras piezas.

Desde el 2015, lanzamos cuatro colecciones y siempre habíamos confeccionado todos los diseños antes de lanzarlos al mercado, generando fotos *lookbook* y editoriales para luego, por medio de un desfile lanzarlo al público.

Ahora cambiamos la modalidad, estamos mostrando un diseño a la vez y enfocándonos en mostrar el proceso que conlleva confeccionar nuestras piezas. Estamos incluyendo más alianzas y proyectos sustentables. En esta oportunidad queremos incluir varios accesorios, carteras, sombreros, entre otros, hechos en alianza con nuestras tejedoras.

También, diseñamos unas etiquetas *ecofriendly* hechas de cilantro que vas a poder sembrar en un matero hecho de barro por venezolanos exclusivamente para la marca y tendrás como fruto un árbol Guayacán. También, con los retazos de las telas estamos tejiendo unos individuales y diseñando con barro una colección de casa.



**Figura Nº 4**  
**Meissa dress.**  
**Colección percepción. Camila Isabel**



**Fuente:** <https://www.bycamilaisabel.com>

En estos momentos las nuevas generaciones demandan originalidad y sinceridad. En esta situación mundial de pandemia que afrontamos en el año 2020, hemos tenido que adaptarnos y además analizar el cómo estábamos haciendo las cosas y qué podemos hacer mejor. A partir de toda esa evaluación, entendimos que la vida es un proceso en la que hay situaciones para las que a veces estamos preparados, pero hay otras para las que no. Por eso hay que vivir los momentos y además emprender proyectos innovadores que ayuden al mundo, de ahí nace *Impredicable*, nuestra nueva colección.

La moda es una de las industrias más contaminantes, a raíz de esto, la mayoría de las marcas están creando conciencia y apostando a nuevas iniciativas que ayuden al planeta. Desde las marcas *slow fashion* hasta marcas *fast fashion* están implementando programas sustentables dentro de sus empresas. Existen telas ecológicas como: algodón orgánico, seda, bambú, cañamo, yute, lino, *cashmere*, como también materiales para hacer el *packaging* de las marcas, que se está usando para perjudicar menos el ambiente. También, se está apostando mucho a utilizar el residuo que dejan las telas, para desechar lo menos posible. Sin embargo, es importante decir que al crear una pieza de cero, por más que el material sea biodegradable o sea menos contaminante, siempre lo mejor será reusar y reciclar, más que crear un diseño desde el principio. Otro punto importante es que al tocar el tema de la sostenibilidad tenemos que tomar en cuenta que nos estamos refiriendo a lo económico, social y ambiental. El objetivo es mejorar las condiciones socioeconómicas de todos y contribuir con las generaciones presentes y futuras. En las empresas vemos cada vez más que se respetan los derechos laborales, derechos humanos y el medio ambiente.

## A manera de reflexión final

La moda en definitiva es una industria creativa que a través del tiempo se ha adaptado a los acontecimientos mundiales, se ha superado desde el siglo XIX las confecciones en donde el cuerpo femenino debe ser cubierto en su totalidad.

Acontecimientos como las dos guerras mundiales van a trastocar las formas en las que se asumen las maneras de vestir, la necesidad de libertad y expresión de las nuevas generaciones busca revelarse a través de la vestimenta, es allí cuando se da cabida a prendas tan “escandalosas” como la minifalda, y el *blue jean* llega al armario femenino. Estos son dos prendas que nos hablan de importantes cambios en la elección de la vestimenta.

El caso de Venezuela es particular en cuanto a las posibilidades que dejan los ingresos de la economía petrolera a inicios del siglo XX, las vinculaciones con los Estados Unidos de América por ser el origen de las compañías petroleras que se establecen en el país, lo que podemos considerar como parte de la cultura del petróleo, también influye en la vestimenta de los empleados como la masificación

del uso del *blue jean*.

En vista de que las sociedades no son estáticas la moda también cambia, nuevos emprendimientos como el que desarrolla *Camila Isabel* desde el año 2015 toman espacios en la industria de la moda en Venezuela. Estamos conscientes de que aún quedan contribuciones por realizar al análisis de la influencia de la moda en Venezuela, no obstante, en la paleta de colores, los textiles y los diseños son parte de las huellas del pasado que todas las sociedades construyen y por ende es una mirada que nos brinda luces para comprender la historia de Venezuela en el XX desde la transdisciplinariedad.