



Denim Lab Santana Textiles

Hacedores de moda

La historia de un nuevo modelo de jean arranca mucho antes de que las marcas presenten sus nuevas colecciones. Cómo se detectan las tendencias de lo que viene, quién las investiga, cómo es el proceso de selección para que una tela y un modelo lleguen a ser la figurita más buscada de la temporada. Nos lo cuenta **Alejandro Ogando**, diseñador de indumentaria y responsable del Denim Lab de Santana Textiles.

| Texto: Jorgelina Pecíña. Fotos: Maía Croizet para www.watio.com.ar



• Alejandro Gijón, diseñador de indumentaria y responsable del Departamento de Diseño Textil



Popularizada como jean, la histórica y clásica tela azul, hoy más conocida como "denim", con la cual se hacen desde pantalones y polleras hasta vestidos, camisas y camperas usadas en todo el mundo, no cuenta con una historia oficial, ya que muchas son las voces que se adjudican su paternidad. Sin embargo, hay dos historias que suenan convincentes. La primera, habla de un pueblito en Francia llamado Nimes -de ahí que se le diga tela de-Nim- que comenzó a fabricar el tejido con el cual se confeccionaba la ropa de trabajo usada por los campesinos, allá lejos y hace tiempo, en la Edad Media.

Por su parte, la segunda historia, mucho más difundida y marketera, pone a un comerciante de origen europeo, pero afincado en San Francisco, Estados Unidos, como el visionario que comenzó a utilizar esta tela para fabricar ropa de trabajo para los mineros, allá por mediados de los años 1800. El creativo de la moda era nada menos que Levi Strauss, el responsable de Levi's, hoy un sinónimo de pantalones en denim a lo ancho del planeta.

Es un hecho que en todos los guardarropas existe un pantalón, pollera, camisa o campera, cuya materia prima es el denim. Pero, ¿quién lo fabrica? ¿Cómo se trabajan e imponen a nivel moda los distintos colores, las texturas, los cortes? Para conocer los secretos de esta industria, visitamos las oficinas de Santana Textiles en Buenos Aires y entrevistamos al coordinador del Departamento de Producto, Alejandro Ogando, para ponernos al día acerca del apasionante y metódico proceso previo que vive el denim hasta llegar a las vidrieras de los shoppings y los guardarropas de los consumidores.

Ogando, diseñador de indumentaria y, también, profesor en la Universidad de Palermo, lidera hace más de cuatro años el trabajo del equipo de Producto o Denim Lab en Santana Textiles, una empresa que fabrica denim y es proveedora de muchas de las grandes marcas de indumentaria del país.

ADELANTANDO LO QUE VIENE

Ogando tiene un trabajo para envidiar. Se encarga de visitar puntualmente dos eventos clave de la moda en Europa, que son los encargados de definir la tendencia del denim a nivel mundial. Uno es el Denim by Premier Vision, con sede en París, la capital de la moda para muchos, y que se celebra entre noviembre y diciembre de cada año. El segundo encuentro, tan importante como el primero, es en Berlín, Alemania, y se llama BBB: Bread & Butter Berlin. Se trata de un evento donde cerca de seiscientos expositores, entre ellos, marcas, diseñadores y proveedores de insumos de la moda se reúnen en torno de una plataforma de marketing y creatividad, que permite el intercambio de ideas y la generación de negocios.

Es allí, en estas dos instancias, donde Santana investiga qué se viene en materia de denim y vuelve a la Argentina para volcarlo no sólo a su línea de productos, es decir, al portafolio de telas de diferentes colores y tejidos que ofrecen a sus clientes, sino también en una investigación totalmente aterrizada al mercado local, que acompaña y sustenta dicho portafolio.

Las marcas clientes de Santana no sólo adquieren el tejido o la materia prima para confeccionar sus prendas en denim, sino

Sport Denim

Este tipo de denim se caracteriza por ser ligero y cómodo, ideal para el uso diario. Se trata de un denim que se adapta a las necesidades de los consumidores que buscan prendas deportivas y casuales.



Tipología: Short y Bermuda



Denim Color



Tipología: Denim Jacket



▲ Phootie de tendencias feria Denim by Première Vision Winter 12-13 de París.
 (www.denimlab.com.ar) (www.premierevision.com)



que acceden a un corpus de información que indica hacia dónde va la tendencia, el cual bien utilizado, puede definir el éxito de una colección. En palabras de Ogando: "el que fabrica ropa se dio cuenta de que necesita un equipo al lado, que le marque la tendencia, hacia dónde va la moda".

Asimismo, como herramienta para plasmar los resultados de su investigación, el Denim Lab de Santana también diseña una colección modelo, para plasmar esas ideas y tendencias directamente en la tela: "No vendemos la colección, es simplemente para poder mostrar el resultado de la investigación. De esta manera, nuestros clientes se llevan un paquete armado: la tela, las tendencias y, también, los modelos que se vienen", concluye Ogando.

ONDA AZUL

Como parte de su trabajo, el Denim Lab de Santana presentó el Denim Trend Tour 2011/2012, un documento en el cual pre-

sentan las tendencias del denim para las temporadas que vienen. Este tour plantea tres grandes tendencias, definidas como Utilidad Perdurable, Rebelía Nómada y Denim Perceptivo. La primera, expone prendas básicas, como pantalones, vestidos, polleras y camperas, pero todas con una misma particularidad: la tela está desgastada, bien marcada por el uso. Abundan los tonos celestes y lavados. En cambio, en Rebelía Nómada, los colores que predominan son el negro y el gris, se trata de un denim más oscuro, plasmado en prendas como chalecos y pantalones bien al cuerpo.

Por último, la categoría Denim Perceptivo apela a prendas bien trendy, hay más presencia del clásico denim azul, aplicado en polleras y vestiditos combinados con telas floreadas. Para los chicos, un estilo más cuidado, pero a la vez fresco, se asoma en prendas como bermudas, shorts y camisas. + www.santanatextiles.com

ELLOS LO FABRICAN, NOSOTROS LO VESTIMOS

El Grupo Santana Textiles es una de las empresas productoras líderes en tejidos denim. Esta compañía cuenta con cinco plantas equipadas con tecnología de última generación, cuatro de ellas ubicadas en el vecino Brasil y una en Argentina. El grupo cuenta con más de dos mil quinientos colaboradores, y produce cien millones de metros del preciado tejido azul al año. La planta de fabricación de Santana en Argentina está ubicada en Puerto Tirol, provincia de Chaco, y emplea a trescientas cincuenta personas. Las oficinas comerciales y el showroom están en Buenos Aires.