

PASARELA DE CIERRE:

ALADO

¿Quién es Alado? Alejandro González y Andrés Restrepo son los creativos detrás de la firma Alado.

Formación: se conocieron estudiando artes plásticas y tomaron la decisión de unir la moda y el arte. Fue entonces, cuando hallaron en el diseño de vestuario y el diseño industrial, lenguajes que se podían acoplar al artístico. Así las cosas, en 2008 decidieron emprender un proyecto en el que han conjugado su sensibilidad artística con su visión de la moda.

Origen: el sueño que nació en la universidad tuvo su principal impulso con el programa de promoción del emprendimiento de la Alcaldía de Medellín, Cultura E, que les ayudó a crecer su marca con una participación en Colombiamoda 2010. Luego llegaron otros hitos, como otras participaciones en ferias internacionales, gracias a las cuales la marca alcanzó el lugar donde se encuentra actualmente.

Traectoria: su principal modelo de negocio se ha estructurado alrededor de su tienda propia, la cual se destaca por exhibir el estilo de vida que rodea a la marca. Este espacio ha sido clave para Alejandro y Andrés, pues gracias a él han logrado identificar las necesidades y las expectativas de sus consumidores, estableciendo tres líneas de producto: *Pret á porter*, colecciones que cuentan historias. Diseño a la medida, la cual incluye el segmento de novias, de hecho, la firma es una de las más posicionadas en el país en este universo y, finalmente, la línea de Costura, a través de la cual se encuentran sus conocimientos de diseño de moda y arte. Todas las líneas de la marca cuentan con complementos y accesorización, diseñados y producidos por los creativos y su equipo.

Justamente, Alado tiene su propio taller madre, que genera veinte empleos directos; cinco talleres satélites, con los cuales se trabaja bajo el modelo de asociatividad; un *showroom* y su propia tienda ubicada en Vía Primavera, una de las zonas comerciales más representativas del diseño local en Colombia. Desde el origen de la firma, Alado ha establecido un sistema de producción enmarcado en la sostenibilidad y el comercio justo, filosofía que aplica de adentro hacia afuera, pues al interior del taller madre se trabaja bajo la idea: “todos somos profesionales”, la cual procura brindar las condiciones de formación y profesionalización de todos sus empleados. Actualmente, Alado tiene presencia en tiendas multimarca y boutiques de Puerto Rico, Costa Rica, México, Estados Unidos y Suiza. También en Colombia, bajo el modelo de tienda multimarca, la firma vende en Cartagena y Cali.

Características de la marca: Alado se ha distinguido por contar historias anteceditas por un serio trabajo investigativo, colecciones que poseen un inconfundible sello diferenciado, en las cuales elementos del pasado y lo local se plasman a través de un lenguaje actual y universal. Su propuesta posee matices románticos, arriesgados, femeninos, ricos en detalles e, incluso, experimentales.

Así mismo, integran con destreza diversas técnicas artesanales a algunos de sus productos. Una mirada que, durante once años, ha consolidado su identidad e impronta de diseño de autor.

Su participación en Colombiamoda 2019: Alado presentará en el cierre de la Feria una colección llamada *Terracota*. Una historia que surgió a raíz del acercamiento que la firma realizó el año pasado con algunas comunidades indígenas, a propósito de la colección *Destierro*, que presentaron en Colombiamoda, La Semana de la Moda®. Esta aproximación los llevó a conocer la importancia ancestral que la alfarería, la cerámica y la porcelana tienen en estas comunidades; un legado que las mismas comunidades han desplazado porque no es lo suficientemente comercial. Alado realizó entonces, una serie de talleres con las comunidades, con la intención de reconectarlos con estas técnicas. Así, nació el interés de la firma por rendirle un homenaje a la alfarería, la cerámica y la porcelana. Una gran oportunidad para que la firma realizara una interpretación de estas técnicas artísticas a través de la moda.

Terracota, narrará el encuentro de las manos con el barro y cómo paulatinamente éste se transforma en una pieza. Aparecerán entonces, referentes de color, texturas, grafías, superficies, materiales y alusiones a la pintura del Carmen de Viboral, la escultura precolombina, ahumados o craquelados; aspectos relacionados con esta manifestación artística.

Se apreciarán también, piezas de cerámica desarrolladas para la colección como herrajes, aplicaciones, collares o bolsos; producto del trabajo conjunto con Mariana Giraldo y Alberto Llanos, expertos en el tema de la cerámica. Las siluetas, por su parte, corresponderán a un tipo de historia: cómo la tierra se transforma con el agua, con el calor y con el arte del alfarero. De acuerdo con esto, aparecerán volúmenes y caídas en las prendas.

Finalmente, *Terracota* será una colección rica en fibras naturales, como el lino, la seda, los rayones y otras texturas como los neoprenos. En términos de colores sin duda estarán las terracotas, pero, además, los amarillos ocres, los negros ahumados o los tierra; los cuales contrastarán con tonos fríos como el azul.