

LA URUGUAYA VERÓNICA BOGÃO, DISEÑADORA DE INDUMENTARIA Y ORGANIZADORA DE EVENTOS DEL INSTITUTO POLIMODA DE FLORENCIA (ITALIA), VISITÓ MONTEVIDEO PARA DICTAR UN SEMINARIO SOBRE "VISUAL MERCHANDISING", ORGANIZADO POR PUNTA CARRETAS SHOPPING Y UNIVERSIDAD ORT

La moda como arte



FOTO: ARTIGAS PRESSIO

"ME GUSTA DEFINIR al 'visual merchandising' como un lenguaje mudo a través del cual uno logra vender el producto", dijo Verónica Bogão a galería en referencia al título del seminario que dictó durante una semana en el hotel Sheraton, ante un público de propietarios y empleados de locales del Punta Carretas Shopping. "No es sólo en la vidriera, es en todo el negocio

donde la empresa tiene que transmitir sus conceptos, su marca, su identidad", agregó.

Diseñadora de moda, docente y organizadora de eventos en el Instituto Polimoda de Florencia (Italia), Bogão criticó las vidrieras "contaminadas" por la cantidad de objetos amontonados. "Eso seguramente demuestra la desesperación por vender", reflexionó. Este

es uno de los principales defectos de muchos escaparates uruguayos, mientras que en el mundo la tendencia es la opuesta, casi "de museo", pues se muestran pocos objetos en un ambiente aséptico.

"Eso demuestra que es un objeto de calidad, se transforma realmente en una obra de arte y se acentúa el lujo que lo rodea", dijo. Para Bogão, debido a la influencia de la crisis económica mundial, ahora "el lujo se casa mucho más con el minimalismo". "Además, nos llega tanta información constantemente, que seguramente un espacio muy vacío capte más nuestra atención", agregó.

Bogão estudió en el Centro de Diseño Industrial de Montevideo y luego cursó un posgrado organizado por la Embajada de Italia para alumnos del Mercosur, en combinación con varios centros italianos, entre ellos el Instituto Polimoda de Florencia. Aunque los cursos fueron en Uruguay, algunos alumnos —entre ellos Bogão— tuvieron la posibilidad de terminarlos en Italia. Bogão se fue pensando que serían 50 días, pero allí fue invitada por el Polimoda a realizar una pasantía y finalmente pasó a integrar el staff del instituto.

Fundado en 1986, el Polimoda es un instituto de Diseño de Moda y Marketing que organiza cursos especializados en los sectores de estilismo, producción, comercialización y mercadotecnia, y su finalidad es estrechar la colaboración entre el mundo académico y la realidad productiva, por lo que funciona a través de un mix estatal y privado, asociado a 20 de las grifas más famosas de Italia, como Gucci, Prada o Patrizia Pepe. Su presidente es el magnate de la moda Ferruccio Ferragamo, y su director es Santo Versace, director financiero de Versace.

El trabajo final que llevó a Bogão a ser seleccionada para el viaje fue sobre la "cultura de copia" de la moda uruguaya frente a las tendencias del hemisferio norte. "La cultura de copia es algo que nos da seguridad: sabemos que a otro le fue bien haciendo eso y tratamos de repetir la misma estrategia, y como estamos en el hemisferio sur, la inversión de estaciones nos permite tener tiempo para copiar lo que ellos usan en esa temporada", expresó. "La cosa más divertida es que Europa para inspirarse en las colecciones mira al sur, desde África a Sudamérica" reflexionó. ☺