



El lujo *upcycling* de una chilena en México

PARA LA DISEÑADORA ÁNGELA CONTRERAS, SU TRABAJO ESTÁ MÁS CERCA DEL ARTE QUE DEL MUNDO DE LA MODA. SE DEDICA A LA REUTILIZACIÓN DE ROPA, PERO SU FOCO ES CREAR PIEZAS NUEVAS Y UTILIZABLES. SOBRE LA DECISIÓN DE ENFOCARSE EN EL VESTUARIO SUSTENTABLE, ASEGURA: “LA MODA PARECÍA DEMASIADO SUPERFICIAL PARA MÍ. NECESITABA QUE FUESE ALGO MÁS SOCIAL”.

POR Juan Toro

No podría pasar en otro lugar. San Miguel de Allende en México es una ciudad turística, Patrimonio Cultural de la Humanidad de la ONU y centrada casi por completo en las actividades culturales y gastronómicas. Y, como ocurre en gran parte del país, con una gran cantidad de mercados de ropa usada. Esa mezcla es lo que le permitió a la diseñadora de vestuario chilena Ángela Contreras (48) crear sus prendas de *upcycling* de lujo.

—Lo que vendemos claro que es un lujo, un saco (*blazer*) puede costar mil dólares porque es un trabajo artesanal, es una pieza de arte —explica Contreras en una videollamada desde su taller. Detrás de ella se ve una de las prendas de las que habla, un terno hecho de mezclilla con diferentes tonalidades y texturas con técnicas de sastrería y bordados.

Pero eso es solo parte de su trabajo. En la búsqueda de opciones sostenibles en el mundo del vestuario Ángela Contreras terminó por crear lo que llama un “taller de soluciones *upcyclers*”. La línea de ropa enfocada al lujo es “Ángela y Dolores”, que hace junto a su socio Mario Galaviz, quien también tiene su marca de ropa bordada “Golden Lola”. “AC Recycling” es su marca con un estilo más urbano y, además, el taller trabaja para diferentes grandes marcas externas que buscan generar prendas sostenibles. Todas estas marcas, explica, colaboran entre sí:

—Llevo años trabajando en torno al reciclaje... aunque no nos gusta hablar de reciclaje actualmente, lo que hacemos es reutilización.

Ángela Contreras llegó a México en 2015. No hubo muchas dudas en su decisión, ya había visitado el país en diferentes ocasiones y en ese momento supo que era el lugar donde quería mudarse junto a su familia:

—Antes viví dos años en Canadá, estudiando inglés, pero México siempre me encantó. Recorrí México antes de venirme y vine mucho de vacaciones, siempre fue mi destino favorito.

En Chile dejó una carrera que ya había dedicado al diseño de vestuario, pero de otra manera. Después de estudiar Diseño en Duoc, fue profesora de la misma institución y trabajó en diferentes marcas de *retail* y empresas textiles internacionales. Esa experiencia fue la que la terminó de convencer de que el futuro de su trabajo en el vestuario debía apuntar a la sostenibilidad:

—Me tocó viajar a muchos lugares por el trabajo. Tenía que ir a hacer negocios a China, Estados Unidos, otros países de Latinoamérica. Directamente lo vi. Me tocó ver las fábricas



ocupan las paredes por completo con los pedazos de tela y ropa a medio desarmar que luego se convertirán en una nueva prenda.

El método de trabajo de Contreras comienza seleccionando prendas en mercados de ropa usada. Luego, esos materiales se limpian, cortan y ordenan para ser utilizados en los nuevos diseños:

—Como estamos al lado de Estados Unidos, es muy fácil que vayas a cualquier mercado de ropa usada y encuentres Prada, Armani, ropa de marcas de lujo. Es chistoso, pero esos son los materiales que encontramos y podemos tener telas de muy buena calidad.

En el taller de Contreras se hacen tanto prendas únicas e irrepetibles en la línea de lujo, como otros modelos que se pueden reproducir. Aunque, por la misma naturaleza de las telas que utilizan, ninguno es exactamente igual al otro:

—Las dos líneas tienen métodos de trabajo diferentes, pero lo que tiene en común todo es que son piezas súper ponibles. Son diseños que resisten el paso del tiempo y (las piezas) las diseñamos intentando sacar los códigos de género, no son para hombre o para mujer, y tampoco queremos que tengan un límite de edad.

Algo que han criticado algunas personas sobre su trabajo, admite Contreras, es el que tenga prendas que puedan costar más de mil dólares, como es el caso de los *blazers*:

—El problema con los latinoamericanos es que achicamos todo, todo es un poquitito. Eso también pasa aquí. Así que siempre piden que se bajen los precios, pero lo que hacemos es un arte y toma tiempo porque se trabaja artesanalmente. Valoramos nuestro tiempo y el del sastre que hace parte del trabajo. No es que vayamos a vender diez de esas prendas a la semana tampoco, pero nos va bien. Todos los que trabajamos en *upcycling* tenemos que comenzar a



que producían en condiciones muy difíciles, con pagos de cerca de un dólar por una prenda.

—*¿Y eso no siempre fue así?*

—No, me tocó ver cómo llegaban las grandes empresas y los dueños de fábricas tenían que aceptar tratos, porque si no quedaban sin trabajo. Es un círculo vicioso. Esto me hizo cuestionarme mucho mi carrera. La moda parecía demasiado superficial para mí. Necesitaba que

fuese algo más social.

Entonces, trabajar en su propia línea de ropa, pero con un enfoque sustentable, se convirtió en la meta:

—No había otro camino, la verdad. Estudié vestuario no porque me gustara la moda necesariamente, la ropa es el segundo tejido, después de la piel, nos representa, nos da identidad, es un lenguaje que usamos para expresarnos y eso es lo que realmente me gusta.

—Todo lo trabajamos desde aquí —dice en la videollamada Ángela Contreras mientras se para, toma el teléfono y comienza a recorrer la habitación principal donde las mesas de trabajo están alineadas.

A un lado están las máquinas de bordado y al fondo las percheras con las prendas ya listas para la venta. En la habitación del lado, su propio espacio de costura donde también están los estantes que

entender nuestros límites, las capacidades y el valor de lo que hacemos.

Actualmente, la mayoría de los clientes de las marcas de Ángela Contreras son turistas y, dentro de ese grupo, principalmente estadounidenses. Eso los ha llevado a entender mejor su público: en su mayoría, personas cercanas a las artes y que invierten en vestuario, entre ellos, el director del Museo Contemporáneo de Los Angeles:

—Sabemos que ese es nuestro perfil, así que estamos ya pensando en cómo podemos movernos hacia allá.

En febrero de 2025 ya tienen programado participar con una tienda Pop Up en Nueva York:

—Es algo que tiene sentido. Nos habían invitado antes a hacer pasarela en la Semana de la Moda de la ciudad, pero no soy muy fan de las pasarelas. No me parece llamativo que me inviten a una pasarela de la New York Fashion Week para poder decir que soy una “diseñadora internacional” si no puedo hacer ventas ahí.

También, asegura que su trabajo hoy tiene más sentido desde el arte que desde la moda:

—Creo que esta es una marca muy tierra. Tiene esa energía y me gusta moverme con esa idea. Sí hacemos ropa y sí es un lujo, pero no es aspiracional. Las prendas que hacemos son piezas de arte. ■