



Diseño, moda y éxito

Alejandro Carlín

Emmanuel Páez Pérez
Egresado Diseño de la Comunicación Gráfica

6

LAS PÁGINAS DEL DISEÑO MEXICANO COMENZARON a escribirse apenas desde hace varias décadas. Germán Montalvo y Alejandro Magallanes son dos personajes que han impregnado con su tinta este complejo campo creativo, el cual, evidentemente, no solo incluye a las artes gráficas, sino también áreas tan disímolas como el quehacer industrial o la moda. Uno de los nombres más importantes dentro de este último campo es el de Alejandro Carlín, regiomontano afincado en la ciudad de México.

Como todo diseñador, Carlín desarrolla un proceso; por ejemplo, comienza con la visita a una feria de textiles donde se informa de las tendencias próximas y busca un tema que comulgue con ellas; a partir de entonces es que genera su propuesta, tomando en cuenta ya líneas, formas, cortes y telas. "Para mí el diseño es mi vida, mi pasión y mi mayor inspiración", asegura durante uno de sus últimos *showrooms*¹ presentado en el corazón de Polanco. "Desde muy pequeño sabía que quería ser diseñador de modas; entonces todo fue una decisión fácil. Gracias al apoyo de mi familia ha sido más sencillo poder evolucionar en este mundo. Empecé a estudiar diseño de modas en Monterrey. A los 16 años hice mi primer desfile en Chihuahua y de ahí me fui al Instituto Marangoni, en Milán".

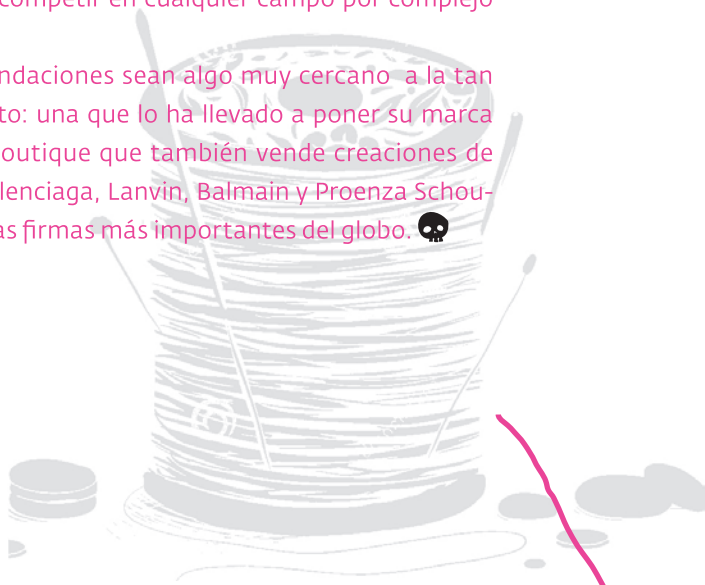
¹Un *showroom* es un espacio en el que una firma de moda expone sus nuevas colecciones con objeto de darlas a conocer a compradores y consumidores.

Principalmente con dos colecciones, "Alejandro Carlín" y "Lola de Alejandro" se ha ganado el reconocimiento general. La primera, que nació en el 2001, ofrece diseños exclusivos y la segunda (del 2003), una colección ready-to-wear, es más urbana, fácil de llevar y encontrar, por ejemplo en tiendas departamentales tales como Sears.

El año pasado The Fashion Group, uno de los entes más importantes en el campo de la moda en México, premió a Carlín como mejor diseñador.

"Fue muy gratificante que se haya reconocido mi trayectoria ya con diez años, pues se dio a entender que lo estoy haciendo bien y que voy en el camino correcto", comenta el creador, quien sabe muy bien que poder sumar el diseño a la parte comercial es lo que hace funcionar una marca. "Sin los medios editoriales y las fusiones que existen, es más difícil poder llegar al *target*", declara. Y opina que en la industria de la moda las aptitudes para poder sobresalir son: ser aguerrido, no abandonar lo que uno quiere y lo que busca; poner énfasis y tener calidad, la cual permite competir en cualquier campo por complejo que este sea.

Tal vez estas recomendaciones sean algo muy cercano a la tan deseada fórmula del éxito: una que lo ha llevado a poner su marca en Saks Fifth Avenue, boutique que también vende creaciones de Alexander McQueen, Balenciaga, Lanvin, Balmain y Proenza Schouler, es decir, algunas de las firmas más importantes del globo. ☠



moda
éxito

éxito
da
éxito
la
éxito