

DOMINICANA

C R E A T I V A

TALENTO EN LA ECONOMÍA NARANJA



CAPÍTULO

3



MODA



Carla Quiñones Polanco. Fotografía por Víctor Siladi.

Carla **Quiñones Polanco**



Carla Quiñones Polanco. Diseñadora. Arquitecta con maestría en Diseño Urbano de la Universidad de Columbia de Nueva York. Con una trayectoria de más de 12 años en su área de formación, se incorpora al negocio familiar a partir del 2016, convirtiéndose en directora ejecutiva de la Casa de Moda Jenny Polanco.

La moda: pasión y legado de Jenny Polanco

En todas las culturas, a lo largo de la historia de la humanidad, las sociedades han sostenido relaciones particulares con la belleza, la estética y el cuerpo. Esa relación se atribuye a una construcción social que responde a cánones específicos, lo cuales hacen visibles las oposiciones entre grupos sociales, géneros y generaciones y, en consecuencia, también fundamentan las identidades sociales y culturales de los pueblos.

Los rituales de belleza, así como los objetos destinados a la ornamentación de hombres y mujeres, son inseparables a la época, clase social y espacio geográfico en el que se manifiestan. Estos, nos proporcionan información relevante sobre las complejidades del tejido social y las búsquedas espirituales de los colectivos, sus valores y formas de relacionarse con los demás.

Cuando hablamos de moda en República Dominicana, nos equivocamos al situar su inicio en la era de la industrialización. El arte taíno revela el uso de objetos de belleza, hechos a partir de elementos del mar y la tierra, con una marcada connotación sacra. En las Crónicas de Indias, desde la perspectiva de los colonizadores españoles, se registraron rituales milenarios de los habitantes originarios de la isla en relación con el cuerpo, el cabello y los hábitos de higiene. La vestimenta fue un elemento diferenciador entre los grupos que conformaron la naciente colonia criolla, indicando estatus, poder y arraigo. También fue un referente utilizado en las historias de los distintos viajes y los encuentros que estos propiciaron.

La reminiscencia de símbolos, la selección de materias primas, el dibujo de formas en diseños y adornos corporales, han sido puertas para entrar en contacto con la ancestralidad caribeña de la que tenemos huellas en arena, cuyo rastro hemos tenido la necesidad de interpretar.



Jenny Polanco de León. Fotografía por Michele Maunier.

La obra de Jenny Polanco se desarrolla entre esa constante búsqueda del camino de nuestros antepasados, produciendo valiosas piezas que juegan un rol en el embellecimiento del cuerpo, enfocadas en resaltar las fortalezas y atributos de la mujer, adaptadas a nuestro contexto. Entre sus inquietudes creativas, encontramos el deseo de salvaguardar tradiciones taínas, que sirven para marcar la identidad cultural de un pueblo, por medio del uso de materiales locales como la madera, la piedra, la resina y algunos elementos marinos.

Es casi imposible escribir sobre moda en nuestro país sin hablar de Jenny Polanco, su trayectoria, su visión vanguardista e innovadora. Sus creaciones y diseños con identidad cultural, constituyen un legado innegable para las generaciones presentes y futuras.

JENNY POLANCO: 41 AÑOS DE MODA DOMINICANA

Creando un lenguaje de diseño propio que traspasa las disposiciones y las fronteras, Jenny Polanco está a la cabeza de la historia de la moda en América Latina. Creadora de tendencias, su éxito residió en la concepción innata de que las mujeres podían vestir con buen gusto sin comprometer su comodidad, elevando los estándares, desafiando la idea errónea de que la excelencia en la moda solo se encuentra en casas aclamadas internacionalmente.

Como pionera de la moda en nuestro país, sus creaciones están arraigadas en el patrimonio cultural dominicano, se nutren directamente de la artesanía tradicional, la gastronomía, el clima, las etnias, la flora y la fauna, de los ritmos y los sabores de la República Dominicana, para generar un producto que combina la identidad, la fabricación y la sensibilidad del Caribe, con un alto sentido de calidad, marcando así una identidad-país.

Jenny era conocida por su gran personalidad llena de sabores, alegría y gozo de vida. Se puede decir que ella “materializó” con su moda y su personalidad la identidad de la mujer dominicana llena de detalles. Fue capaz de traspasar a la moda una búsqueda más compleja, más generosa y expresiva a partir del mestizaje cultural y de orígenes diversos de nuestro país, los del Caribe y más ampliamente, los de América Latina en su conjunto; siempre innovando y sorprendiendo con sus creaciones en joyería, accesorios y artículos para el hogar.

LA NUEVA ERA DE LA MODA DE LA REGIÓN CARIBEÑA

Precursora, abridora de nuevos caminos, Jenny Polanco fue una mujer que levantó y desarrolló su propia empresa partiendo de muy poco. Nacida en 1958 en la ciudad de Santo Domingo, su madre, Maruja de Polanco, era quien confeccionaba toda su ropa, lo que la impulsó a querer hacer un mejor uso de las telas para satisfacer su

gusto y desde ahí empezó a diseñar, reconociendo la necesidad de prendas adecuadas para el entorno en el que vivía y utilizando un conjunto de habilidades que resultaba natural que su madre le transmitiera: su experiencia en costura, tejido y bordado, además de un conocimiento intuitivo de las telas.

Siempre imaginó abrir una tienda en un centro turístico y crear recuerdos que reflejaran el esplendor de su país. Siendo emprendedora y revolucionaria de corazón, su sueño era promover y trascender la artesanía local más allá de las fronteras dominicanas. En 1979, su sueño se materializó: Jenny Polanco inauguró su primera boutique, Jaez, ubicada en el Hotel Sheraton, del malecón de Santo Domingo.

En los 80s, inquieta y creativa en medio de un ambiente empresarial liderado por hombres, Jenny se propuso ser la primera mujer en el negocio de la moda y exigió el mismo respeto. De ahí nace su pasión y convicción de dar importancia y participación a la mujer en todos los procesos de desarrollo de su marca.

Su primera exposición, en 1981, marcó el debut de la nueva era de la moda de la región caribeña. Sus colecciones adaptaron la moda internacional a prendas adecuadas para el clima tropical que caracteriza el estilo de vida local. En 1986, con múltiples tiendas en todo el país y un éxito prometedor, decidió nombrarlas a todas Jenny Polanco Boutique, reforzando el valor detrás de su nombre. Al exaltar la cultura y la belleza de la nación, se posicionó en el camino para conquistar el mundo de la moda desde República Dominicana.

Su propósito no estaba circunscrito al posicionamiento de una marca, al éxito de un modelo de negocio, que perfectamente pudo haber logrado, quizás con mayor alcance y beneficio económico. Quedarse en República Dominicana fue una decisión táctica, sopeada, relacionada con el proyecto de vida-país al que apostó. Su mirada estaba puesta más allá de la curva y de las dificultades de una época donde las brechas de género en el tema de negocios eran abismales; la incursión empresarial era un salto al vacío, en un mundo dominado por hombres, con reglas de juego que anulaban a las mujeres o las colocaban en franca situación de desventaja. Se proyectó en Santo Domingo como pasarela del Caribe. El tiempo le dio la razón a su fe en el talento y la capacidad productiva nacional. Sin que por entonces existiera el marco conceptual que define la economía naranja, creó todo un ecosistema para impulsar a emprendedoras innatas y creadores emergentes. En otras palabras, fue precursora de la instauración de la industria creativa y cultural dominicana, partiendo de la moda de autor, proceso que estuvo atravesado por sus notables esfuerzos de dar visibilidad, valoración y abrir una ventana de oportunidades al trabajo de las mujeres, nuevas generaciones y creadores tradicionales.

Después de perfeccionar un savoir-faire caribeño durante más de cuatro décadas, la inimitable creadora de tendencias, coleccionista

de arte y diseñadora epónima, Jenny Polanco, se estableció como un verdadero emblema de la región. Sus piezas son una artesanía definida por el estilo de vida caribeño y los elementos esenciales de la vida en la isla. Su confección refleja la vida relajada de los trópicos: blusas sin mangas y diseños atractivos que resaltan una silueta femenina para la mujer activa que es eminentemente elegante. Su mantra: “Encuentra tu estilo propio y sé fiel a él. Usa lo que te queda bien. Debemos tener la inteligencia y el criterio para dar con nuestro estilo, con toques del momento, pero sin violar nuestra identidad” (Revista Pandora, octubre de 2015).

Con una filosofía basada en la autenticidad y la calidad de las prendas confeccionadas por manos dominicanas, Jenny Polanco siempre valoró la importancia de crear un equipo de trabajo, creía que su marca sólo podía ser tan buena como las personas que la hicieron. Sus colecciones de prêt-à-porter se caracterizan por un estilo clásico de vanguardia, drapeados y líneas sofisticadas, enriquecidas con detalles de alta costura usando elementos artesanales; mostrando en su enfoque de diseño cómo se entrelazan la moda y el arte, que fue otro aspecto muy inspirador en su vida, y que le permitió crear una forma única de visualizar e interpretar el estilo de una manera original. Los diseños en su atelier pueden durar hasta veinte horas en completarse, cada pieza está hecha a mano por maestros artesanos que forman parte de la casa desde hace más de 34 años. Un promedio de once personas, entre costureras y sastres, realizan la creación de cada pieza para garantizar una calidad superior.

De gestión familiar y socialmente responsable, Jenny Polanco se fabrica localmente en la República Dominicana. Consciente de las necesidades de empleo del país, pese a su amplia proyección internacional, la marca ayuda a crear fuentes de ingresos, al tiempo que agrega valor y orgullo a sus artesanos. La casa de moda está encauzada a su espíritu artesanal y estándares humanistas. La búsqueda de la permanencia y de los materiales bellos da como resultado la transmisión de un conocimiento incomparable, en profunda reverencia por la naturaleza y sensibilidad por sus recursos, el uso de fibras naturales y una producción consciente, inherente a sus valores.

En la actualidad, la empresa emplea mujeres y hombres de diferentes profesiones y oficios, entre ellos artesanos y artistas, quienes trabajan respetando los conocimientos tradicionales y valorando los más nobles productos locales y regionales, al tiempo que incorporan técnicas modernas, innovando en cada diseño y aplicando prácticas éticas.

EL ROL DE LA MUJER EN LA INDUSTRIA

Jenny siempre hizo énfasis en la importancia del rol de la mujer en la industria, en la sociedad y dentro del sistema empresarial, convirtién-

dolo en un valor agregado de la marca. La mujer dominicana siempre fue su gran inspiración y soporte.

Internacionalmente, el 40% de la industria de la moda es liderada por mujeres según business of fashion. En República Dominicana podemos decir que la participación de la mujer en la moda representa más de un 75%, según los datos suministrados por el Instituto de la Moda (InModaRD).

En el caso particular de Jenny Polanco, la participación de la mujer es una prioridad. Inicia con su madre Maruja de Polanco, quien era profesora de costura y confeccionaba los primeros diseños de Jenny. Desde joven, Jenny siempre quiso enfrentar el negocio de la moda con iguales oportunidades para que la mujer — la modista, la costurera, la artesana y más —, pudiera desarrollarse en un ambiente donde se resaltarán sus valores y aportes a la sociedad. El 90% de las colaboradoras, cuyas manos trabajan las piezas diseñadas por la casa de moda Jenny Polanco, son mujeres; muestra inequívoca de su convicción de dar oportunidad a más mujeres a tener un trabajo digno para sustentar sus familias.

LA INDUSTRIA DE LA MODA DOMINICANA DENTRO DE LA ECONOMÍA NARANJA

La historia reciente de la industria de la moda en la República Dominicana tiene varios puntos de inflexión. El primero fue la creación de la Asociación Dominicana de Diseñadores de Moda, fundada por un notable grupo del gremio encabezado por Mercy Jáquez en 1980. Este gremio logró para el sector algunos beneficios entre los que destaca la institucionalización del Día del Diseñador de Moda, así como la tecnificación de la carrera.

Le sigue, en orden cronológico, la fundación de la Escuela de Diseño de Altos de Chavón en 1983, como única filial de Parsons School of Design fuera de los Estados Unidos. Su instalación en el país elevó el perfil creativo de nuestros diseñadores de moda a estándares internacionales, convirtiéndose en una referencia, no sólo regional, sino que ha sido considerada entre las mejores escuelas de diseño de modas a nivel internacional.

El tercer punto, ocurre en 2006 cuando se celebra con rotundo éxito la primera edición de Dominicana Moda, la Semana de la Moda de la República Dominicana, con el objetivo de crear una plataforma de comercialización y visibilidad para la industria local textil-confección y al diseño de autor, así como contribuir con una nueva herramienta, la moda, a la campaña internacional de difusión de la marca-país.

Sin embargo, el éxito de Dominicana Moda, fue más allá de las fronteras insulares. Gracias al respaldo gubernamental, logró fortalecer una sólida reputación como el mejor evento de modas de la región



Diseños creados por Jenny Polanco, 1984. Fotografías por Víctor Siladi.



Kaori Soane. Fotografía por Víctor Siladi.

caribeña y uno de los cinco más destacados del hemisferio latinoamericano. Grandes íconos mundiales de la moda han desfilado por sus pasarelas: Jean Paul Gaultier, Elie Saab, Carolina Herrera, Agatha Ruiz de la Prada y nuestro universal Oscar de la Renta, por solo mencionar algunos nombres.

Dominicana Moda (DM) se convirtió en la incubadora de nuevos talentos del país, con la creación desde el año 2007, de la plataforma para diseñadores emergentes. A la fecha, casi un centenar de nóveles talentos, muchos de ellos convertidos hoy en grandes figuras, ha utilizado el evento para visibilizar su trabajo. Además, DM abrió sus puertas para que marcas dominicanas consolidaran su *branding* y posicionamiento en tiendas de grandes superficies, en franca competencia con las extranjeras. Las principales revistas internacionales de los países desarrollados han reseñado en sus páginas la creatividad de las colecciones y la puesta en escena del evento.

Durante su celebración, en la Ciudad Colonial de Santo Domingo, Dominicana Moda recibe más de 35 mil visitantes, que llenan los cinco días de desfiles con un entusiasmo desbordante. Su realización, además, ha impactado de manera contundente la microeconomía del casco histórico, registrándose un aumento extraordinario en la demanda de los servicios turísticos de la zona. La puesta en escena del evento, involucran la participación de más de mil personas y un volumen económico que supera los RD\$40 millones, entre talleres de costura, suplidores de insumo, producción y publicidad.

Gracias a una alianza estratégica con Caribbean Export Development Agency, DM se posicionó como la meca para los diseñadores del Caribe insular, invitados cada año a participar en una muestra colectiva. Esto ha afianzado a la República Dominicana como líder regional, posicionamiento que se robustece si agregamos que junto con Haití poseemos la mayor capacidad de producción instalada para el sector textil-confección en el Caribe.

Al momento de su nacimiento, DM encuentra al sector formal de la industria de la confección textil basada principalmente en las empresas acogidas a la ley de Zonas Francas Industriales, que según el informe estadístico del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZF), en el 2006 existían 198 empresas operando, lo que representaba el 35% de las empresas instaladas. El segmento confección textil tuvo ventas en el exterior, casi exclusivamente a Estados Unidos, por US\$1,356.32 millones, constituyendo el 35% de los ingresos por exportaciones de todo el sector.

Si al segmento de confecciones textiles, se adiciona el de joyería (US\$633.42 millones, para un 14%) y el de zapatos (US\$287.85, para un 6%), podemos decir que la industria de la moda constituía el 55% de las exportaciones en Zonas Francas con aporte de US\$2,517.59 millones.

Estas cifras podrían resultar halagüeñas, pero no lo son tanto si tomamos en cuenta que en el 2006 en este sector iniciaba un declive, producto del aumento de la participación en el mercado norteamericano de Asia y Centroamérica, encontrándose en un déficit acumulado de -29% con respecto al año 1999 y un -6% con respecto al 2005, en los cuales representó el 64% y el 41%, respectivamente.

En este mismo plano, el mundo de la alta moda dominicana o moda de autor, con muchos años de tradición y grandes personalidades, estaba circunscrito a la industria de la "ropa a la medida", donde destacados diseñadores con largas trayectorias habían logrado construir su nombre y su clientela, con una estabilidad económica que le permitía operar su propio taller y convertirse en figuras de referencia para las nuevas generaciones. Muchos de estos nombres no habían sido formados en moda, sino que habían incursionado con éxito en ella, procedentes de otros campos profesionales como publicidad, medicina, diseño gráfico y arquitectura.

El negocio de la moda se repartía con celo. Una exclusiva y muy reducida clientela exigía estar a la altura de las grandes pasarelas internacionales, pero a precios locales. Esta modalidad demandó el establecimiento de tiendas de tejidos finos, las cuales ofertaban materiales importados desde las grandes capitales de la moda. El precio de importación de estos tejidos dirigía esta producción hacia un selecto grupo de altos ingresos económicos. Los precios de los trajes acabados superaban muchas veces piezas similares de grandes nombres de la moda mundial. En consecuencia, esta práctica, competitivamente hablando, estaba en desventaja. Su supervivencia estaba fundamentada en la relación personal cliente-diseñador, fomentada por la tradición generacional de coserse a la medida y el lujo de llevar una pieza elaborada exclusivamente sobre ti.

Mientras el público local compraba en grandes tiendas internacionales, Jenny Polanco desarrolló su nicho desde República Dominicana con una propuesta de vanguardia. En un momento donde la comercialización era para las clases más pudientes, ella adoptó con orgullo la decisión de vestir de diseñadores locales, en hacer moda para nuestro clima, donde no se sacrifica el confort ni la elegancia.

SUBSECTORES DE TEXTILES, CONFECCIONES, DISEÑO, MODA Y COMERCIALIZACIÓN

La actividad industrial organizada en la República Dominicana tiene sus inicios a mediados de los años 50, cuando se promulga la ley 4315 en el año 1955, que establecía una Comisión de Zonas Francas, que hacía referencia al comercio de ciertos artículos, desde y hacia el exterior. Fue a finales de los años sesenta cuando se instala en La Romana la primera zona franca destinada a la producción azucarera. Años más tarde fueron diseminándose por toda la geografía nacional, expandiendo no solo la cantidad de zonas francas, sino diversificando los sectores productivos.

En virtud de este crecimiento, mediante la ley 8-90 se crea el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZF), un organismo gubernamental integrado por representantes de los sectores público y privado, cuya finalidad es definir una política integral de promoción y desarrollo del sector de zonas francas, que permita a empresas extranjeras y nacionales establecer operaciones y beneficiarse de incentivos impositivos y de las facilidades de importación. En la actualidad operan en el país un total de 75 parques de zonas francas, que albergan alrededor de 695 empresas y aportan más de 176,555 empleos. La actividad que mayormente se ha desarrollado dentro de las zonas francas es la confección textil, fabricación de calzados, manufactura de joyas, ensamblaje de componentes electrónicos, productos médicos, procesamiento de tabaco, telecomunicaciones, entre otras. Para finales del año 2019, de las 695 empresas



Carolina Socías. Fotografía por Víctor Siladi.

establecidas, 141 correspondían a sectores relacionados a la moda, representando poco más de un 20% y generando el 52% de los empleos, un 18% de la inversión y un 30% de las exportaciones, conforme a las estadísticas del CNZF.

LA INDUSTRIA DE LA MODA DE AUTOR

En la industria independiente de la moda, o moda de autor, no se cuenta con estadísticas oficiales registradas, por lo que resulta difícil hacer las comparaciones entre ambos sectores. No obstante, consideramos importante analizar el sector de la siguiente manera:

La moda de autor se caracteriza por presentar un alto grado de fragmentación de la oferta e informalidad en su estructura empresarial, que a la vez se presenta como una desventaja e impide acceder a las facilidades ofrecidas a las micro y pequeñas empresas (Mipymes). En el aspecto comercial, la industria presenta bajo nivel de exportaciones.

En este momento, la industria de la moda de autor enfrenta grandes desafíos, dentro de los cuales resultan relevantes: poder producir a precios competitivos con el mercado internacional productos diferenciados; la profesionalización y especialización de la mano de obra



Taller de diseño de Jenny Polanco. Fotografía por Víctor Siladi.

de nivel primario e intermedio; la competitividad y fiabilidad de la capacidad productiva instalada y la creación de un marco jurídico que garantice la continuidad de los programas de capacitación, mercadeo y relaciones públicas internacionales para el sector. Los creadores de moda de autor dominicanos necesitan, además, el diseño de estrategias desde el sector oficial, que garantice el acompañamiento y su visibilidad en las grandes plataformas internacionales, en franco apoyo a la marca-país.

JENNY POLANCO TRASCIENDE

Jenny Polanco falleció en marzo de 2020, en los inicios de la crisis sanitaria por la pandemia del coronavirus. La noticia de su muerte recorrió el mundo, tuvo un fuerte impacto en el pueblo dominicano, destacando el valor patrimonial de su persona y obra, y su aporte a la cultura local. Para admiradores, colegas, amigos y amigas, familia directa y extendida, fue un adiós sin despedida, en circunstancias extremadamente difíciles para atravesar un proceso de duelo. Nadie podía relacionar la muerte con una mujer extraordinaria llena de vida.

A su casa, ubicada en la Ciudad Colonial, acudieron decenas de personas a llevar luces y flores. Ante la imposibilidad del encuentro presencial, aplaudieron de pie a una mujer que en su paso por la vida

prodigó belleza a manos llenas, lo mismo en el trato que dispensó a cada persona que conoció como a sus patrones. Parecía estar ella vestida de lino atemporal, siendo la anfitriona perfecta, generando conversación entre todos. La Casa de Moda Jenny Polanco había experimentado una fase de intenso crecimiento durante los cinco años previos a la trascendencia de su creadora, un momento de plena ebullición con muchos proyectos en curso que fueron surgiendo gradualmente y otros tantos en preparación.

En el sector cultural, la desaparición de una creadora de la dimensión de Jenny, que ejerció el liderazgo de su empresa durante tantos años, propiciando una cultura de trabajo ético y poniendo en alto el diseño dominicano, generalmente implica la desconexión de la ideología organizacional para enfocarse en aspectos de carácter comercial. Siendo una empresa familiar, con la ausencia física de su fundadora, podría pensarse que la Casa de Moda Jenny Polanco corre el riesgo de engrosar las estadísticas nacionales, que computan en apenas un 15% las empresas familiares que superan el traspaso a una tercera generación (datos proporcionados por la Asociación de Industriales de la Región Norte -AIREN), cifra que resulta alarmante al tomar en cuenta que aproximadamente el 80% de las empresas dominicanas son de propiedad familiar, lo que ha motivado el desarrollo de iniciativas para afrontar los retos de esta tipología de empresas y contribuir a su permanencia. Ejemplo de ello es el proyecto "Implantación protocolo de familia y ámbitos de gobierno en Pymes dominicanas de la Región", auspiciado por el FOMIN-BID.

Ante este escenario, para la familia de Jenny el reto de dar continuidad a su legado es aún mayor, aunado al compromiso de crecer y seguir siendo una referencia de calidad de la manufactura local, adaptándose a los nuevos tiempos y a la digitalización de procesos para seguir logrando una conexión con nuevas generaciones. Aunque la incertidumbre sobre la continuidad estaba sobre la mesa, el compromiso ante un legado que es marca país y los desafíos económicos de una época tan convulsa, la mística de trabajo de la propia Jenny fue una hoja de ruta que orientó a sus hijos y al equipo de trabajo, en medio de su inesperada ausencia.

Mi historia no es tan diferente a la de los hijos de un artista. Llegué al mundo de la moda de manos de mi madre. A través de ella descubrí una hermosa expresión artística que suele pasar desapercibida, un lenguaje cultural que traspasa lo banal y puede llegar a ser una forma de identidad. Literalmente, nací entre telas, patrones y artistas. Desde los dos meses de edad, mi madre me llevaba al taller en una canasta y me colocaba sobre la mesa de patronaje, mientras diseñaba y cortaba sus creaciones.

En mis recuerdos de infancia, siempre está ella trabajando, dibujando, creando en su propio mundo de la moda. Más allá que elementos estéticos que siguen tendencia, para ella la moda era una

proyección del interior de una persona, era una herramienta que hablaba sola. Yo me sentaba a su lado, observaba con admiración su devoción e imitaba lo que hacía, si dibujar era su trabajo, entonces a mí me gustaba trabajar. Ella decía que tenía el privilegio de vivir de su pasión y, agradecida de este regalo, trabajó fuertemente hasta crear su legado. Anduvo por la vida compartiendo belleza y poder a las mujeres que vestían de ella.

Mientras construía una marca referencial, empujó a su familia hacia adelante. Recuerdo ir con ella a ferias de telas desde los 6 años, pasear por los pasillos con los ojos cerrados, tocando las diferentes texturas y tejidos. Año tras año la acompañé en su mundo sin realmente saber el conocimiento que estaba adquiriendo, ni para qué me iba a servir. Tengo toda una vida en la Casa de Moda Jenny Polanco, es una relación que he disfrutado y que me ha formado, desde ser asistente, vendedora, compradora, recursos humanos, administradora, hasta diseñadora de joyas. El entrenamiento directo con mi madre me dio un conocimiento especial y visionario del sector de la moda, abarcando estrategias que buscan crear conciencia de cómo fabricar bajo criterios éticos y de sostenibilidad, observando el surgimiento de nuevos nichos de mercado y estudiando las acciones de posicionamiento a nivel internacional.

No soy diseñadora de modas. Desde joven descubrí que ese no era mi arte. Mi capacidad de análisis siempre me llevó a entender el sector como un mecanismo de impactar vidas vinculadas a las artes como medio de expresión. La cadena de valor detrás del proceso, la belleza del trabajo artesanal y su impacto sobre nuestra cultura es algo que despertaba curiosidad en mí para llevar el pensamiento a otras formas de aplicación de las artes. En el 2016 me uno de manera definitiva al negocio familiar, pero no es hasta el 2018 que decido dejar atrás mi carrera en la arquitectura y urbanismo para tomar una posición activa en la coordinación administrativa y en el plan estratégico de la marca. Desde ese momento, asumo el cargo oficial de Directora Ejecutiva que ocupo hasta la fecha, con la misión de seguir evolucionando la marca Jenny Polanco a nuevos horizontes.

Jenny Polanco es, en efecto, una empresa familiar, pero con características muy particulares. Hoy día nos encontramos con una tribu que construyó Jenny desde su taller, conformado por colaboradores con más de 40 años de servicio, que son parte esencial de esta estructura. Nos motiva honrar su equipo y ser perfeccionistas como ella, que con precisión de reloj cada pieza hacía el engranaje. Su patronista, su encargado de taller, la costurera de mano, el chofer, el contador, son los mayores de la familia, pues tienen más de 28 años trabajando junto a ella, construyendo e interpretando todos sus sueños. Durante décadas Jenny construyó lo que ahora llamamos moda sostenible, hecha con conciencia, por manos dominicanas nobles, a los que ella llamaba su familia. En esta gran familia todos eran impor-

tantes, pues para ella cada uno era el mejor en lo que hacía, sus opiniones eran tomadas en cuenta, la calidad humana y la sensibilidad de todos permitía que fluyeran los procesos.

Como su hija, mi compromiso es dar continuidad al legado de Jenny Polanco. Su obra, que es un referente de la moda caribeña, más allá del éxito empresarial, es símbolo de belleza, del avance y determinación de las mujeres dominicanas. Considero casi una obligación compartir su experiencia de vida y su capacidad de reinención en los momentos de mayor desafío, para que sirva de inspiración y referente a otros diseñadores, propiciando un aprendizaje en una industria que tiene mucho que ofrecer al mundo, siendo el consumidor local el cliente potencial.

A través de los tejidos, las conchas, la madera, el ámbar, Jenny Polanco trascenderá las barreras del tiempo inclemente, marcando de modo indiscutible la historia de la moda de autor en la República Dominicana, permaneciendo en los escaparates y engalanando las pasarelas con diseños que continúen resaltando la silueta femenina, adaptándose a las exigencias del rol cambiante de la mujer en la sociedad.



Taller de diseño de Jenny Polanco. Fotografía por Víctor Siladi.

Jenny Polanco joyería y accesorios
Fotografía Tiziano Destefano





Fotografía por Víctor Siladi

“El ámbar dominicano, cuya particularidad es que tiende a presentarse en numerosos colores muy brillantes, con una gran variedad de tonalidades, ha sido fuente inspiradora para Jenny Polanco quien desde hace 15 años incursiona en el diseño de joyería y complementos. Al combinar lo local de esta resina preciosa con lo global que otorgan las piedras semi-preciosas, perlas y pieles, Jenny Polanco logra un producto de exquisita hibridación que exalta la sinuosidad, belleza y elegancia del Caribe”. Extracto texto escrito por Sara Hermann sobre la obra de Jenny Polanco.



Fotografías por Fernando y Víctor para la colección de la diseñadora dominicana Jaqueline Then.



Fernando & Víctor. Dupla formada por Fernando Santos y Víctor Nicolás, fotógrafos de moda, publicidad e interiores por más de 11 años, formados en Casa Chavón Santo Domingo, Barcelona y Buenos Aires. Sus imágenes han sido publicadas en numerosas revistas dominicanas, en las ediciones latinas de *Vogue*, *Architectural Digest*, *Design Hunter*, *Fashion TV*, entre otras; y campañas publicitarias para clientes como Dewar's, Viva, Jumbo, Sema, American Express. Se caracterizan por locaciones deslumbrantes, altos colores y poderosas mujeres. Fueron parte del 'Renacimiento de la Moda' en RD a finales de la primera década del 2000, junto a más fotógrafos, estilistas, maquilladores, peluqueros, directores de arte, productores, diseñadores y fashion shows.

Fotografías por Fernando & Víctor para la revista de moda, belleza, tendencias y actualidad para la mujer dominicana "Pandora".



Fotografía por Adrián Bisonó.



Fotografía por Nadezca Kobets.

Carolina Socías. Creó su sello autónomo en 2013, aspirando a colocar a la República Dominicana en el centro del reconocimiento internacional. Sus artísticas creaciones son una forma de expresar la necesidad y el deseo de amar, vivir y elevar la cultura dominicana a un contexto global. Su misión es crear conjuntos cómodos y duraderos y trajes de baño favorecedores para las mujeres.



Editorial para Revista *Estilos*. Fotografía por Fernando Calzada.





Diseñadora Melkis Díaz. Traje de novia. Fuente: Dominicana Moda.



Diseñador Leonel Lirio. Fotografía por Tito González de Vega.

Dominicana Moda. Plataforma integral de la moda que combina las pasarelas con el entretenimiento, el comercio, la exhibición y la venta de productos y servicios. Es el evento de moda más importante en el Caribe y uno de los primeros de Latinoamérica.



Diseñadora **Giannina Azar**. Fuente: Dominicana Moda.





Miguel Genao. Diseñador de modas. Egresado de la Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina. Cuenta con más de 10 portadas tanto locales como internacionales. Destacadas figuras del arte y el espectáculo local han llevado sus creaciones y ha presentado sus colecciones en importantes eventos internacionales como San Juan Moda, Puerto Rico High Fashion Week, Honduras Fashion Week, New York Fashion Week y Sambil Model en Caracas.



Fotografía por Fernando & Víctor.



idioma Studio. Fue formado en el 2019 por Nabila Brache y Joel De La Rosa, dominicanos establecidos en Nueva York. La marca propone una noción diferente de lujo a través de una mezcla de enfoques africanos, indígenas y europeos para explorar lo que significa ser una persona latina. La misión de idioma studio es representar la cultura latina en un contexto de moda de lujo y ser un centro para el empoderamiento creativo. Dándole importancia a apoyar el arte, la filosofía, la arquitectura, la literatura, el cine y la música porque son las fuentes de inspiración.



Fotografía por Fernando & Víctor.





Jenny Polanco. A la izquierda conjunto de lino con detalles de ambar. Modelo: Astrid Pérez, fotógrafo: Adrian Bisonó, estilismo: Shirley Guerrero, locación: The Peninsula House Cosón. A la derecha conjunto de lino rojo y mangas de organza de seda. Modelo: Helen Blandino, fotógrafo: Adrián Bisonó, estilismo: Shirley Guerrero.





Oriett Domenech. Diseñadora de modas. Realizó cursos de ilustración y diseño de moda en Chavón The School of Design. Fue pasante del estudio de modas de Oscar De La Renta en Nueva York. Tomó clases de estilismo en el Istituto Europeo di Design en Florencia, Italia. Sus diseños han recorrido todo el mundo y ha vestido a grandes celebridades nacionales e internacionales. Fotografía por Fernando & Víctor.





Sully Bonnelly. Arquitecto y diseñador de moda. Estudió arquitectura antes de mudarse a Nueva York, donde se graduó de la Escuela de Diseño Parsons y comenzó su carrera en la moda como asistente de Oscar de la Renta. Reconocido con el Golden Coast Award en Chicago así como otras importantes organizaciones de la moda local e internacional. Fotografía por Eva M. Hart-Grullón.

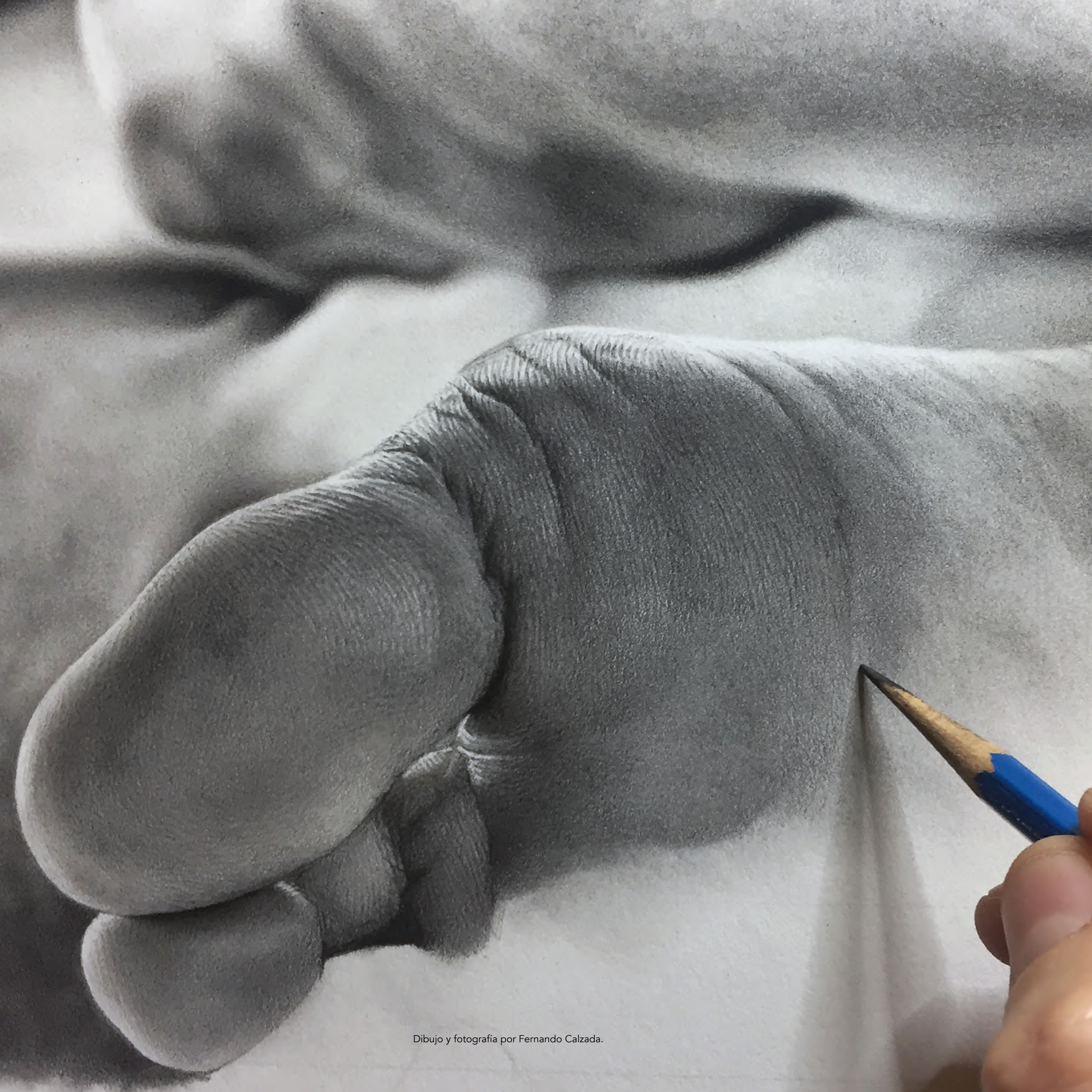


Josef Sánchez. Diseñador. En 2010, lanza su primera colección individual llamada SPECCHIO, en la Semana de la Moda Dominicana, donde obtuvo una mención de honor en el Instituto Marangoni en la categoría de nuevos talentos. Sus colecciones le han permitido posicionarse como uno de los diseñadores más importantes del país. Sus exclusivos diseños han alcanzado alfombras internacionales de gran renombre como son Golden Globes, Premios Grammys, Latin Grammys, Billboard, Premios Lo Nuestro y Choice Awards, vistiendo celebridades del mundo del espectáculo. En el 2016 amplía su sello al público masculino con su marca de chaquetas de temporada "Equus by Josef Sanchez", al tiempo que incursiona formalmente en la producción de moda a nivel industrial con el desarrollo de uniformes institucionales y corporativos. Fuente: Josef Sánchez.





Josef Sánchez y Nashla Bogaert. Fotografía por Alondra Ángeles.



DOMINICANA

CREATIVA

TALENTO EN LA ECONOMÍA NARANJA



dominiconocreativo.com.do

