



OSIRIS ROQUE

Master en Personal Shopper y Coach Experto en Moda en Barcelona, España

Diseñadora de Modas Colombiana, graduada con honores de la Universidad Autónoma del Caribe, aunque sus primeros estudios en el diseño de moda se dieron en la FESC, fue allí donde obtuvo su primer título profesional. Es Master en Personal Shopper y Coach Experto en Moda de Barcelona, España y Master en Moda, Gestión del Diseño y Operaciones en Alcoy, España. A lo largo de su trayectoria profesional ha desempeñado el cargo catedrático en el área del diseño y confección en diferentes instituciones como la FESC, el SENA, y en el Consulado Colombia en Venezuela, entre otros; participó en el 2010 en el Encuentro de Expertos en Vestuario para las Artes Escénicas y Emprendimiento Cultural Grupo de Confección, organizado por el Ministerio de Cultura en Colombia; en el III Encuentro de Moda Tendencias en Palermo, España en el 2014. También fue jurado evaluador en las Olimpiadas Worldskills SENA 2015.

Ha Obtenido reconocimientos en diferentes pasarelas colombianas, y el segundo puesto en Expomoda 2002. Su gestión de asesoramiento empresarial tiene un amplio portuario tanto a nivel nacional como internacional, en marcas como Bibas de Valencia, España. Actualmente trabaja con el grupo empresarial Rosa Clara en Valencia España, donde desde las vitrinas europeas se podrá apreciar el talento Colombiano.

“Creo que el diseño es una expresión de arte, donde no creamos prendas, plasmamos sueños y los ajustamos a la realidad femenina”

DE LA CONCEPTUALIZACIÓN DE DISEÑOS A LA REALIZACIÓN DE VESTIDOS MÁS SOFISTICADOS.

“No somos diseñadores de ropa, somos diseñadores de moda” Steven Faerm; lo que nos lleva a tener muy presente desde el inicio de la construcción del concepto es interrelacionar la creatividad, la innovación y la sostenibilidad en los diseños. Antes de elegir la fuente del concepto que vamos a desarrollar debemos investigar el mismo, ya que el vestido es una forma que tiene el ser humano para expresarse, y por esto en él aparecen grabadas cuestiones tanto sociales como íntimas. (Oro, 2009). Se podría decir que lo conceptual en diseño es uno de los factores más importantes, “es el espíritu que atraviesa la colección y lo que le da la forma a todo proyecto”.

Se tienen dos partes intrínsecas en el diseño: el diseño en la calidad conceptual, los imaginarios vinculados a los usuarios y su conexión con las tendencias socioculturales de consumo se vuelven determinantes en la fase investigativa del proyecto. Un producto básico innovador debe indagar en la mente de los consumidores, detectando motivaciones, usos y relaciones con los diferentes objetos de la vida cotidiana y con las otras personas, ahora la parte del diseño se evidencia en la calidad ambiental, la sustentabilidad como parte natural del proyecto de indumentaria, se mimetizará con las distintas propuestas estéticas y comunicacionales. Debemos identificar no sólo que se va a diseñar, sino como se va a diseñar, ya que los diseñadores deben trascender de la simplicidad de la prenda a una narrativa más compleja del proceso creativo: el cómo lo diseño, abordando conceptos radicalmente diferentes, permitiendo conceptualizar un trabajo de forma única y diferente. Lo que logrará ofrecer un producto altamente significativo, que se destaque en un mercado saturado, diseños basados en la sustentabilidad, innovación y con un sello propio.