

Transcripción del video

Kantupac – Studio Visit

Bryan: Cuando mi esposa Abigail y yo nos conocimos, ya hacíamos rap. Siempre formamos parte del movimiento hip hop y a mí me gustaba mucho el estilo, la forma de vestir del hip hop de los 90 y todo eso, las combinaciones, las siluetas. Pero lo que encontrábamos aquí para comprar era todo, eran todas las marcas estadounidenses, con todas las inscripciones en inglés y... y los grupos, los estados de allá y esas cosas. Quería algo en ese estilo que nos identificara a nosotros, a nuestro pueblo andino de los Andes, de origen indígena. Ante esa escasez, decidimos crear algo tomando como referencia la ropa urbana del hip hop, pero con nuestro toque andino. Queríamos poner algo con lo que pudiéramos

identificarnos y con lo que la gente también pudiera identificarse, gente como nosotros también, es decir, nosotros, como bolivianos, nacimos en los Andes, siempre tuvimos la influencia de la cosmovisión andina: Pachamama, Wiracocha, Inti, Sol. Y el aguayo es algo que siempre ha estado presente. Nuestra marca trabaja mucho con el aguayo andino. El aguayo es un tejido tradicional que se usa en la confección textil. Es un tejido grueso, es como si fuera lana. Las cholitas también lo usan mucho como forma de transporte. Ponen aquí algunas cosas, niños y todo lo que hay que llevar. Así que es un aguayo milenario. Antiguamente se hacía de forma artesanal, siempre con inspiraciones de la vida cotidiana, de la vida andina, con dibujos, por ejemplo, de Tiwanaku, de Wiracocha, de las cholitas, de llamas, de grafismos geométricos. Este viene

de esa pieza. Usamos esa pieza para confeccionar este sombrero.

Abigail: Como trabajamos por cuenta propia, lo hacemos todo, desde la etiqueta hasta la costura y el corte. Nos quita un poco de tiempo, ya sabes... porque hacemos música, también trabajamos con ropa y tenemos que dedicarnos a ambas cosas. La mayor parte del tiempo nos enfocamos en la costura. Pero está bien porque siempre estamos juntas y estamos trabajando en lo que realmente nos gusta.

Bryan: Vemos que la moda está muy condicionada por lo que a menudo se dice y se impone, es decir, la imponen grandes figuras públicas y la gente se siente obligada a llevar eso porque está de moda. Digamos que si no usas eso, estás fuera de la onda de la moda. Entonces queremos dejar claro que la moda no es algo que necesariamente sea pasajero, sino

algo que aporte representatividad, algo que represente una lucha, que represente una causa. Que sepamos cómo funciona la empresa detrás de esa marca. Porque hay muchas marcas que trabajan con mano de obra barata, mano de obra esclava. Y nosotros trabajamos en valorar por qué la moda está ahí, por qué se usa ese tejido, quién lo cose. Así que, dentro de nuestra marca, siempre sabrás quién lo hizo para ti, de dónde viene y por qué causa luchamos, ¿verdad? Entonces, descolonizar la moda creo que se trata de que necesitamos saber por qué estamos usando y consumiendo ciertas marcas y no solo usarlas porque es algo que aparece en el escaparate o en la portada de una revista.