




Arte y Cultura

Galerías

Lugares

Moda y Belleza

Personajes

Rostros

Strategy Para Ti

Talento Latino

Videos

MODA Y BELLEZA

julio 11, 2012

0 COMENTARIOS

Cenia Paredes: "En esta industria la gente tiene muchas preconcepciones y se rehúsan a cambiar"



¿Quién iba a pensar que de los humildes pueblos de la República Dominicana podría emerger una pequeña gran visionaria de la moda?

Lo más probable es que nadie, ni ella misma, hubiese creído posible alcanzar la cima. Sin embargo, el destino dijo otra cosa, y gracias a su perseverancia y lucha Cenia Paredes, hoy de 40 años, reside en una de las más connotadas metrópolis de la industria *fashion*: Nueva York.

Sí, tras años y años de sacrificios, – de hecho, al momento de esta

entrevista, a las 21 horas, Cenia continúa en su oficina- al fin esta diseñadora, ha logrado posicionarse en el mercado norteamericano imponiendo, a través de sus diseños, el culto a la diversidad femenina y el ser un ejemplo para todos los latinos que quieren concretar sus metas.

Ambos objetivos constituyen el sello de una mujer que, notablemente apasionada por la moda, dejó su tierra natal con el fin de lograr el tan anhelado sueño americano... En exclusiva para *La Nueva Voz Latina*, Cenia Paredes.

Cuéntame de tus inicios Cenia, ¿cómo comenzaste a luchar por lo que te gusta?

Yo pensé en ser diseñadora desde muy temprana edad. Mi mamá era modista, la modista de mi pueblo donde me crié. Casi toda mi familia se dedica a la costura: mis tíos son sastres, todas mis tías se dedican al diseño, entonces, yo estaba percibiendo eso día a día, relacionándome, veía como mi mamá tomaba las telas, cómo les probaba los vestidos a las clientas, etc.

Entonces, yo me incliné más, no tanto por la costura, sino por dibujar. Empecé a dibujar muy temprano modelos y vestidos. Mi mamá empezó a mostrarles mis trabajos a las clientas, algunas se entusiasmaron y entonces allí empezamos a llevar a la realidad lo que yo creaba.



Cenia Paredes

Una tía mía, cuando yo le dije que quería ser diseñadora, me dijo 'oh, como Óscar de la Renta' y yo dije, 'sí, así mismo como Óscar de la Renta', pero en realidad yo pensaba que era imposible porque nosotros vivíamos en un pueblito remoto y la verdad es que sea veía bien difícil.

Mi mamá siempre nos crió con la noción de que todo era posible, que los sueños sí se podían alcanzar. Ella siempre nos decía 'ustedes van a llegar bien alto, sin importar las circunstancias, las circunstancias las hace uno mismo' y como crecí con esa noción, siempre me puse en la cabeza que de alguna manera lo iba a lograr.

De cierta forma, lo has logrado ahora con tu firma Cenia NY. Pero dime ¿qué era de ti antes de concretar tu marca propia?

Yo hacía vestidos para una clientela privada. Emigramos a los EE.UU., mi mamá vino primero. Cuando llegué, empecé a estudiar y trabajaba

tiempo completo, estudiaba de noche. No empecé a estudiar diseño inmediatamente, ya que tenía que conocer el país, ubicarme, pero sí empecé a estudiar en un colegio comunitario en donde aprendí

SUSCRIBETE!



Ingresa tu email para recibir nuestras noticias

SU SCRIBETE

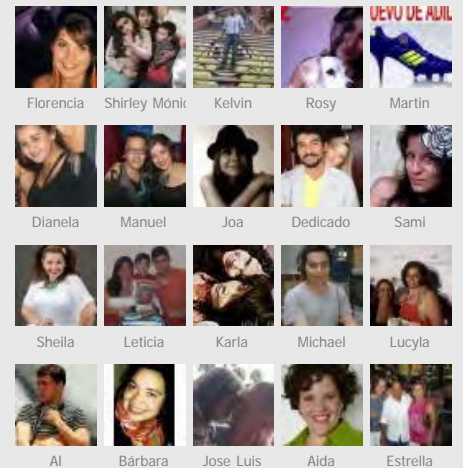
ENCUENTRANOS EN FACEBOOK!!



LaNuevaVozLatina en Facebook

Me gusta

A 417 personas les gusta LaNuevaVozLatina.



Plug-in social de Facebook

SIGUENOS EN TWITTER

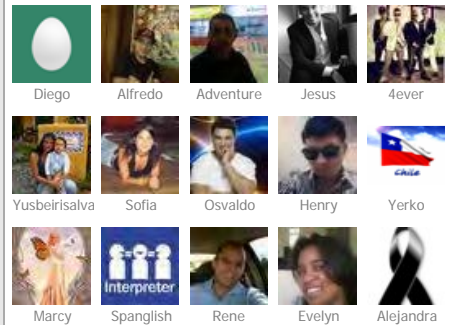


La Nueva Voz Latina

@nuevavozlatina

Follow

525 people follow La Nueva Voz Latina



Twitter Social Plugin

inglés y después tomé las clases básicas para entrar a la universidad.

Ya cuando terminé esto y debía escoger una carrera, yo siempre supe que lo que quería era Diseño, así que ahí decidí y me fui al *FIT (Fashion Institute of Technology)* que ya era una escuela de mucho renombre y cuando me gradué, trabajé para una línea de Óscar de la Renta y para otro diseñador americano no tan famoso, pero que igual estaba bien establecido (Sully Bonnelly). Después trabajé para compañías que producen en masas, empresas grandes, trabajé como 7-8 años en varias de ellas, pero no estaba feliz, porque siempre mi sueño fue tener mi propia línea.

Buen currículum el tuyo Cenía. En algún momento de todas estas experiencias que me narras, ¿percibiste el inglés como una gran barrera?

Yo siempre tenía grandes deseos de superación desde que estaba en la República Dominicana. Estudiaba mucho, sacaba notas bien sobresalientes, y antes de venir a EE.UU., yo empecé a estudiar inglés por 3 años. Cuando llegué a EE.UU. me costó un poco entender el inglés de aquí porque los que me enseñaban allá eran dominicanos con acento, entonces, para coger la fonética, me tomó un poquito de tiempo, pero yo sabía gramática, conocía bien la estructura del inglés.

Luego, como empecé a trabajar en una tienda donde me vi obligada a escucharlo y hablarlo, a los 3 meses ya estaba bien, podía comunicarme y todo. No fue tan traumático aprender el idioma, porque ya tenía una base. Lo del acento me tomó muchos años, de hecho todavía tengo un poquito (risas).

Hablemos ahora sobre tu más reciente colección *fit-to-flatter* ¿cómo concebiste esta idea revolucionaria de crear diseños en base a los cuatro tipos de cuerpos femeninos? ¿Te ayudó alguien?

La idea nace desde que yo estaba pequeña allá en la República Dominicana, porque cuando yo y mi mamá trabajamos haciendo vestidos para clientas, a veces algunas de ellas pedían un vestido que le quedara igualito como a Fulana, entonces, yo y mi mamá decíamos 'como le va a quedar igualito si tiene una forma distinta de cuerpo', entonces, nosotros les hacíamos cambios al vestido sin que la clienta se diera cuenta, y ahí yo pensé que toda la ropa es hecha en base a un tipo de cuerpo, cuando la realidad es muy diferente.

Toda la ropa está hecha para un cuerpo reloj de arena o una versión más pequeña, pero solamente el 8% de las mujeres tienen este tipo de cuerpo. Además, yo pienso que lo que le queda bien a una, no necesariamente le queda bien a otra, entonces yo creo que la ropa debe ser diseñada en base al tipo de cuerpo, que se trabaje con él, tener el tipo de cuerpo en mente. Yo siempre quise traer mi idea al mercado en masa.

“ La idea nace desde que yo estaba pequeña allá en la República Dominicana, porque cuando yo y mi mamá trabajamos haciendo vestidos para clientas, a veces algunas de ellas pedían un vestido que le quedara igualito como a Fulana....”

Lo que yo trato más o menos de hacer, es crear esa figura balanceada poniendo estratégicamente los detalles y drapeando la tela, cosa que balancee la figura y se vea más proporcionada.

¿Buscas con esta iniciativa, además, dejar de lado un poco los cánones extremos impuestos por la industria de la moda y las grandes *maisons* a nivel mundial?

“ Toda la ropa está hecha para un cuerpo reloj de arena o una versión más pequeña, pero solamente el 8% de las mujeres tienen este tipo de cuerpo.”

Pues sí, y ha sido bien difícil, porque estás rompiendo esquemas, además que en esta industria la gente tiene muchas preconcepciones y se rehúsan a cambiar. He tenido muchos retos, todas las personas que hacen los patrones aquí en el distrito de Nueva York, trabajan con un maniquí donde se drapean los patrones primero para pasarlo a papel, y todo el mundo trabaja con el mismo maniquí, que es el cuerpo reloj de arena.

Yo tuve que mandar a hacer mi propio maniquí con los tipos de cuerpo para los que yo diseño, entonces cuando yo iba cargando mis maniqués por todo el distrito, un patronista y otro decía 'yo nunca he visto este cuerpo, ¿qué es esto?'

entonces, yo les decía, 'este es un tipo de cuerpo de una mujer verdadera, que anda en la calle', y ellos dijeron 'oh sí, tienes razón'. Yo digo que no hay por qué limitarse en la creatividad. Yo puedo crear más porque tengo cuatro cuerpos, cuatro estilos distintos que me inspiran más a trabajar cosas que van a ser para gente real y favorecerá a mujeres reales, no una moda idealizada.

Uno de tus grandes logros es el tu trabajo conjunto con Macy's tras haber sido partícipe de un *workshop* de esta empresa mundialmente conocido, ¿qué tal el trabajar para Macy's? ¿Será uno de los hitos en tu carrera?

Sí, creo que sí, es una gran oportunidad. Yo estaba tratando de abrirme puertas y ellos anunciaron un programa que se llama *The Workshop of Macy's* (taller de Macy's) que es un taller para dar la oportunidad a minorías y a mujeres en los EE.UU. que tuvieran productos también que atrajeran a las minorías. Entonces, yo apliqué para el programa, postularon 900 personas y escogieron 22 para atender el taller.

Dicho taller fue como un entrenamiento militar, todos los días no daban temas diferentes y nos decían qué requerimientos tenías que cumplir para hacer negocios con una tienda tan grande e importante como Macy's. Entonces, al final del taller, tenías la oportunidad de enseñarles tus productos y tus conceptos a los ejecutivos del proyecto y ahí fue que cuando les mostré lo mío les pareció bien y me dieron otra cita para enseñar mi producto al comprador de mi categoría, y entonces, si a ella le

gustaba, me daban la oportunidad, y gracias a Dios que a ella le encantó.

Respecto a tu colección para Macy's, declaraste que "nuestro objetivo principal era crear una línea de vestidos que celebrara e identificase las diferentes formas del cuerpo femenino" ¿crees que eso se está cumpliendo? ¿Será una tarea fácil?

No es fácil, pero yo creo que debemos celebrar los cuerpos, porque estos, sean cuales sean, son ideales y bellos, todos tienen sus virtudes y defectos, entonces, por qué no mostrar nuestros mejores atributos, porque no sacarle provecho. Si tienes un busto grande, ese es tu mejor atributo, entonces lúcelo; si tienes las piernas bonitas, pues bien, muéstralas, a eso me refiero con celebrar, aceptarnos, amarnos como somos, somos bellos como sea, como seamos.

Yo, por ejemplo, soy caribeña, y mi cuerpo es tipo pera, soy más grande de caderas que de bustos, entonces, voy a una tienda de aquí a comprarme un vestido, nunca me sirve, ya que si me queda de cadera, no me queda de busto y viceversa, entonces, pues tú sabes, yo soy latina y sé que voy a tener ese problema, pero yo voy a crear vestidos que compensen y que puedan llenar este vacío.

Sorprende que en EE.UU. no puedas hallar ropa fácilmente para tu tipo de cuerpo, imagínate acá en Chile.

Claro, es que la mayoría de los diseñadores suelen hacer la ropa para la figura ideal. Para ellos ese es su concepto: delgada, tipo modelo. La belleza y el cuerpo ideal son relativos, lo que es perfecto para mí puede que para ti no lo sea, pero está claro que para nosotros los latinos, ese no es el cuerpo ideal. A nosotros nos gustan más las curvas.



¿Cuál de los cuatro diseños que propones (el Nicole, Pamela, Jennifer o Marilyn Fit), debiera ser el más solicitado por las mujeres? ¿Tal vez, el Nicole Fit, ideal para las figuras más rectas?

Claro, alrededor del 40% de las mujeres en EE.UU tienen el Nicole Fit, aunque esto varía según la etnicidad, porque, por ejemplo, puede que el Jennifer sea el más predominante para ellas.

En cuanto al precio de venta de tus prendas (U\$ 130 aprox.), ¿crees que será una limitante o no? Me imagino que vale la pena para quien quiera lucir bien de acuerdo a su figura, ¿no?

Qué curioso que me digas eso porque ese precio aquí, en realidad, es como el que sigue después de lo más bajo, barato. Yo vengo de Latinoamérica y entiendo perfectamente lo que me estás diciendo, pero aquí en los EE.UU. es un precio bastante moderado, bastante accesible.

En realidad, la colección está inspirada y diseñada para la mujer que trabaja, que busca superarse, que va a subir en la escalera corporativa, por eso es que los diseños están hechos para que la mujer se los pueda poner para el trabajo y que sí tiene que salir de noche a un cóctel, pueda utilizar el mismo vestido.

¿Existen planes de internacionalizar tu carrera, llegar, por ejemplo, a Chile, Argentina y, por qué no, a tu natal República Dominicana?

Sí, claro. A propósito, estoy trabajando ahora mismo en eso, creo que prontamente estaremos por allá y te tengo buenas noticias, porque el precio va a ser mucho más accesible. Estamos trabajando en una estrategia para llevarlo a cabo muy pronto para toda Latinoamérica y el Caribe.

¿Dentro de 2012?

Creo que este año es muy posible, en los próximos 6 meses, por ahí.

¿Qué es lo que podría replicarse en Latinoamérica? ¿Cómo le ha ido a tu colección en Nueva York?

Muy bien, pudimos entrar en alrededor de 30 boutiques, se está vendiendo bien; en Macy's, gracias a Dios me está yendo bien, sólo tiene dos semanas, pero los números están bien.

Cuéntanos más sobre tu paso por el concurso de AOL Latino, Fashionista

Eso fue un *reality* en línea, a través de un *website* organizado por AOL Latino, era un concurso en donde estuve todas las semanas mandaba dibujos, a esa altura todavía no creaba mi propia colección. Participé ahí y el método era por votación de público, la gente era quien votaba y fui una de las 3 ganadoras finalistas. Al final se hizo un desfile, con jueces y todo, y hubo un ganador determinado, pero, en esencia, los 3 finalistas eran los ganadores.

¿Esa experiencia te sirvió, dio frutos?

Contribuyó no sabes cuánto, por eso digo que hay que atreverse a todo, se me abrió una puerta grandísima, porque un año más tarde me contactaron los dueños de una compañía de catálogos americanos para que yo diseñara una colección para el catálogo, con mi nombre. Ellos me vieron en el concurso, ellos me buscaron y con ese dinero pude empezar mi colección propia.

Además, yo creo que la misma instancia de haber participado en esos catálogos facilitó el que Macy's me diera la oportunidad y vieran que yo ya estaba produciendo en China y ya tenía experiencia.

Ya que estás cada día creciendo más con tu marca, ¿percibes lo difícil que es mantenerse y hacerse un nombre en la industria del diseño?

Es súper difícil, no te imaginas cuánto. Es un trabajo que si no es porque lo amas y es realmente tu pasión en la vida, no podrías hacerlo, porque la cantidad de trabajo y sacrificio que esto conlleva, es muy muy grande. Yo por ejemplo no tengo vida social en este momento, ni vida para salir ni compartir, a veces trabajo hasta las 2 am. y los fines de semana. Es bien sacrificado y difícil.

¿Es muy ardua la competencia allá?

La competencia es feroz y más aquí en Nueva York que es la meca de la moda. Aquí no viene solo gente de los EE.UU. a abrirse paso, sino que viene también gente de todo el mundo entero. Tenemos dos de las escuelas más importantes en diseño de EE.UU. que tiran al mercado cerca de 1000 egresados cada semestre. Imagínate...

De todas maneras, has logrado bastante.

Sí, pero ese es un proceso de mucho tocar puertas, de mucho llegar a mi casa devastada llorando la noche entera, en fin, mucho sacrificio. Siempre hay que tener mucha perseverancia.

“Es un trabajo que si no es porque lo amas y es realmente tu pasión en la vida, no podrías hacerlo, porque la cantidad de trabajo y sacrificio que esto conlleva, es muy muy grande.”

Hablemos de tu país natal, República Dominicana ¿conoces el estado actual de la moda allá? ¿Qué opinas de ella?

Pues déjame decirte que está bastante al día comparado con los principales mercados mundiales. Hay una escuela aquí en EE.UU. muy importante, llamada Parsons que abrió una sucursal allá en República Dominicana, en Altos de Chavón, y es una institución muy reconocida.

En el 2007, yo fui a mi país e incluso participé de *Dominicana Moda*, la semana de la moda dominicana, y la verdad es que me quedé sorprendida, no esperaba encontrarme con todo lo que me encontré porque están bien adelantados en materia de diseño y creatividad. La producción de *Dominicana Moda* es genial, al nivel de cualquier semana de la moda del mundo y todos los años invitan a un diseñador internacional de gran renombre, el año pasado cerró el desfile Carolina Herrera, y obtienen prensa de todo el mundo también.

Y respecto a Óscar de la Renta, también dominicano ¿te gustaría ser la versión femenina de él y llegar a ser tan exitosa?

Bueno, yo creo que él es único, yo quiero ser Cenía, mi visión, mi manera de concebir a la mujer, mi manera de ver la moda, pero lógicamente debo reconocer que para mí él es un ícono, lo admiro como diseñador y como persona, es un gran ser humano, es bien humilde, altruista, y él es el orgullo de nosotros los dominicanos.



¿Y de cerca le sigue Cenía?

No, me falta mucho (risas). No voy a mentir al decirte que obviamente me gustaría alcanzar el éxito que él ha alcanzado, ya él pasará a la historia como uno de los grandes de la moda.

Hablando de la presencia latina en Norteamérica, ¿cómo sientes que son vistos los hispanos en Estados Unidos?

Yo creo que la percepción hacia nosotros ha cambiado mucho. Hay muchos hispanos que están logrando cosas bien importantes acá en los EE.UU., el hispano ya no es solo el trabajador que lava los platos en el restaurante, sino que hay muchos hispanos emprendiendo negocios acá y yo creo que de a poco estamos subiendo peldaños, alcanzando poder político, económico. Todo el mundo nos está empezando a notar y a dar importancia.

Cenia materializando en sus maniqués sus innovadoras creaciones

¿Qué será de Cenía en el próximo tiempo?

Crecer con mi marca, difundirla aún más.

Para eso estamos trabajando en una estrategia para darnos a conocer, tanto acá en EE.UU. como internacionalmente, avanzar con mi marca en Macy's, entrar en más tiendas.

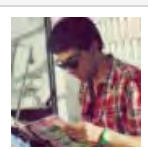
En cuanto a diseñar colecciones, estoy en eso todos los días, porque para Macy's, por ejemplo, es una colección nueva mensual y mi colección para las boutiques, varía cada temporada.

¿Y qué pasa con tus sueños? ¿Tienes alguno en particular?

Sí, que yo pueda hacer lo que hago por el resto de mi vida, que mi compañía sea sostenible, productiva. Cuando haces lo que te gusta, en realidad no es trabajo, porque te gusta.

Mi mensaje es que no dejes que nadie te arrebate tus sueños, lucha por ellos, no hay imposibles, cree en ti mismo y da siempre el 400% a todas las metas que te propongas, como yo...

Puedes seguir a Cenía en [Facebook](#) y a través de su cuenta de Twitter [@CeniaNY](#). Te invitamos a disfrutar de sus diseños para todo tipo de cuerpo en la siguiente [Galería](#).



Jaime Jiménez Palma es estudiante de 5to año de Periodismo de la Universidad de Concepción, Chile. En La Nueva Voz Latina, es el encargado de Moda & Belleza, sección dedicada a diversos tópicos sobre personajes de la industria, celebrities, diseñadores, vestuario, consejos, entre otros.



Más artículos de [Jaime Jiménez](#) »

0 COMENTARIOS

ARTÍCULOS RELACIONADOS

MÁS DE MODA Y BELLEZA



PERSONAJES

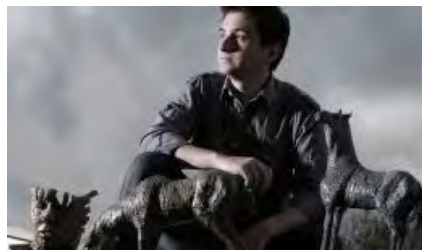


Las preguntas estaban ansiosas por encontrar respuestas. Minutos después, el reloj marcó la hora acordada. Al instante, su inconfundible voz emitió un caluroso saludo. "Gracias por la puntualidad", añadió e inmediateam...

POR SALVATORE LAUDICINA

0 VER MÁS »
COMENTARIOS

PERSONAJES



Un recuerdo de adolescencia junto a su mejor amigo Mateo Blanco, de esos que siempre se llevan en el equipaje del corazón, y quizás el más importante de su vida artística, se apodera de Joaquín Restrepo y le roba una son...

POR SALVATORE LAUDICINA

0 VER MÁS »
COMENTARIOS

LUGARES



¿Es usted de las personas que la hora de elegir un destino turístico, prioriza la cultura y las raíces del lugar a explorar? Si su respuesta es afirmativa, a continuación presento las mejores las mejores opciones para que vi...

POR JOANNA MAY

0 VER MÁS »
COMENTARIOS

PERSONAJES



Feliz... Así se siente Alicia por estar de vuelta en la televisión hispana para participar el programa Mira Quien Baila, de la cadena Univisión. Desafío que la tiene muy contenta e ilusionada. Esta ex Miss Universo naci...

TALENTO LATINO



Arturo Domínguez, de 21 años, ya sabe lo que es el sacrificado mundo de la televisión. En 2006, con apenas 16 años ganó una

PERSONAJES



Carlos Ariel Peralta más conocido en mundo artístico como Maffio, nació un 24 de enero de 1986 en uno de los barrios más pobres de