

# BRUSCO

## Donde la psicología y la moda se entrelazan

**P**aola Miranda, psicóloga de profesión y emprendedora por vocación, creó Brusco como un puente entre el mundo de la salud mental y la moda. “Soy psicóloga terapeuta, emprendedora. También estoy explorando todavía el mundo del arte, de la pintura, desde distintos enfoques, la ilustración también”, nos comenta Miranda mientras conversamos en un ambiente cálido donde su personalidad sensible y creativa se hace evidente.

Lo que comenzó como una manera de generar ingresos mientras estudiaba, se convirtió en la materialización de un sueño infantil que había permanecido dormido. “Brusco nace como a mitad de mi carrera, finalizando casi mi carrera, como un ingreso extra, simplemente como un ingreso extra, pero con el tiempo me di cuenta que tocaba fibras de mi niña interior, que siempre dibujaba como vestidos de novia, vestidos de 15, como que siempre la moda estuvo muy presente en mi niñez”, confiesa.



# EL NOMBRE Y EL SÍMBOLO

## *un origen accidental*

Una de las características más distintivas de Brusco es su logo, específicamente la mancha que se encuentra en la letra "O". Lo que pocos saben es que esta particularidad tiene un origen casual: "La mancha es un accidente que hizo mi gata. Cuando yo estaba dibujando, cuando yo había elegido el nombre Brusco, como que te pones a buscar tipografías, ¿no? Y como cuál sería el estilo. Estaba escribiendo y mi gata pasó por ahí. Justo teníamos pintura y se regó justo al lado."

El nombre mismo representa una contradicción que refleja la esencia de la marca.

“ Brusco es para mí una contradicción y que se ve en la marca... porque, así como por fuera es como tiene carácter, es dura, es fuerte, es como muy tierna y muy sensible... si hablamos de una persona que por fuera es muy fuerte y es muy ruda, tiene mucha sensibilidad por dentro. Eso es Brusco para mí. ”





## LA EVOLUCIÓN DE UNA IDEA

Brusco empezó siendo simplemente ropa con bordados y técnicas tie-dye realizadas a mano. Sin embargo, con el tiempo, se transformó en un espacio para expresar emociones más profundas. *“Brusco empezó siendo ropa con bordado y una técnica hecha a mano ‘tie-dye’, que por cierto no era amable con el medio ambiente y es por eso que se dejó completamente de hacer en la marca. Literalmente eso. Con el tiempo se convirtió en un espacio para hablar de lo que duele, de lo que confunde, de lo que nos rompe”, explica Miranda.*

La marca experimentó varias pausas durante su desarrollo, principalmente porque su fundadora necesitaba equilibrar sus estudios con el emprendimiento. *“Decidí tomar pausas, decidí terminar la carrera. Finalmente me enamoré completamente de la psicología. O sea, soy psicóloga de vocación, pero durísimo.”*

Un momento decisivo en la trayectoria de Brusco ocurrió cuando Miranda fue contactada inesperadamente para participar en Colombia Moda después de haber puesto la marca en pausa por un año. “Me llama una, persona por ahí, y me dice como, ‘Hola, te queremos felicitar porque tú estás preseleccionada para tener un estante en Colombia Moda. Brusco, queremos que esté en Colombia Moda’”. Esta oportunidad, que llegó gracias a una cliente que había quedado impresionada con una camiseta y decidió inscribir la marca, representó un punto de inflexión.

## La unión entre psicología y moda

El aspecto más innovador de Brusco es cómo Miranda ha logrado fusionar su formación en psicología con el diseño de moda. “Entre mucha introspección... entre pensar mucho como qué era lo que yo quería hacer realmente con mi vida, ya que estaba estudiando una carrera que de cierta forma a mí no me movía del todo o no me conectaba del todo, logré como hacer precisamente esa unión porque la psicología está en todo.”

La fundadora explica esta conexión: “O sea, vos lo que usas, lo usas por una razón de ser. O sea, no es gratuito que vos te estés poniendo esto o te estés poniendo esto. ¿Qué dice de mí esto? La estética habla mucho sobre las personas. Los colores que usas también hablan mucho sobre una persona.”

Esta perspectiva psicológica impregna toda la marca, desde el proceso creativo hasta el mensaje que transmite cada colección. Si se tuviera que definir a Brusco desde un enfoque psicológico, Miranda lo sitúa en la corriente psicodinámica:

“ El enfoque dinámico parte de una verdad que Brusco también abraza. No somos estáticos, cambiamos, nos transformamos, tenemos partes conscientes y partes inconscientes que se cruzan todo el tiempo. ”

# EL PROCESO CREATIVO

## Desde la emoción hasta la prenda

Lo que distingue a Brusco de otras marcas de moda es su proceso creativo, que siempre parte de una experiencia emocional genuina. “Al inicio no es el resultado del final, de lo que realmente quiero... Con el camino, o sea, con el proceso, yo voy identificando realmente cuál va a ser el propósito de la colección, cómo se va a implementar y qué es lo que quiere transmitir”, relata Miranda.

“Siempre ha sido un proceso personal. Estoy pasando por algo en específico, alguna crisis, alguna experiencia dolorosa. Sí, porque del dolor se crea mucho y yo creo que a Brusco yo lo he creado mucho desde el dolor. Cada colección ha tenido algo que a mí me ha enseñado en la vida y en las experiencias.”



Fotografías cortesía de  
Paola Miranda



Fotografías cortesía de Paola Miranda

## IMPACTO SOCIAL MÁS ALLÁ DE LA ROPA

Con el crecimiento de la marca, el propósito social ha ido ganando mayor relevancia. La colección “Todo Bien”, inspirada en la salud mental, marcó un antes y un después. “Todo Bien, una colección inspirada en la salud mental, para recordarte que todo va a estar bien. Esta colección ya procuré hacer alianzas con Tanz Kraft en esos tiempos, con academias de yoga, con varios gimnasios y varios psicólogos se prestaron para darte un descuento.”

Actualmente, Brusco está desarrollando la colección “Like a Child”, que nace de reflexiones personales sobre la importancia de reconectar con la niñez interior. “Like a Child nace de esa idea de volver a conectar con el ser niño y cómo darte la oportunidad de volver a hacerlo porque a veces creo que los adultos, o no sé, como que critican mucho la idea de que seas infantil. Pero a veces, o sea, eso te ayuda tanto como a moverte en muchas cosas, incluso como a crear lo que sea que estés creando para tu vida desde lo genuino, desde lo que te mueve, desde el instinto.”

Esta colección tiene un componente social aún más fuerte, ya que incluye talleres psicoeducativos para niños en diversas fundaciones y donaciones de ropa. “La idea es como que tú puedas comprar esta colección y que sepas que tú estás ayudando a fundaciones detrás de esto.”

LIKE  
A  
CHILD



A lo largo de su trayectoria, Miranda ha aprendido el valor de formar un equipo comprometido. Lo que comenzó como un esfuerzo individual, ahora es un equipo de cuatro personas: “Actualmente somos cuatro personas. Yo como la directora creativa de Brusco. Jerónimo es mi apoyo en dirección creativa y apoyo en logística. Alejandro es líder de finanzas, cuestiones jurídicas también y logística. Y Mari es marketing.”

La fundadora reconoce que su aproximación al emprendimiento fue completamente empírica: “Algo que sí tengo que mencionar y me había olvidado, es que yo no sé nada de este mundo. O sea, yo no sabía sobre crear emprendimiento... Todo fue demasiado empírico, todo fue como muy al instinto, todo fue muy al ‘supongo que esto es así.’”

Este aprendizaje sobre la marcha la llevó a valorar la estructura y la claridad en el propósito: “Es súper importante para Brusco y para mi equipo de Brusco movernos desde el mismo propósito. O sea, cada que trabajemos en algo, recordar por qué lo estamos haciendo.”



## LA ESENCIA QUE PERDURA

Artículo por  
Camilo Franco,  
estudiante de diseño gráfico  
Universidad de Nariño

Si tuviéramos que definir a Brusco como una persona, Miranda la visualiza como una joven de 25 años “que todavía se siente muy primípara para la vida adulta, como que se quiere independizar”, y cuya misión es ser “una vocera, como que va a nombrar cosas que la gente no quiere escuchar. O que la gente a veces no sabe cómo ponerlo en palabras o no lo saben expresar.”

En un mundo de la moda a menudo dominado por la estética vacía, Brusco se erige como un espacio donde la ropa se convierte en un vehículo para la expresión emocional auténtica y el cambio social. Como resume su fundadora: “Sí, o sea, como que eso es lo lindo de Brusco, que viene como con el propósito social y hace que la marca tenga de verdad una razón de ser mucho más fuerte y un peso significativo.”

