

CENTRO DE AVALIAÇÃO DE SUFICIÊNCIA EM LÍNGUAS ESTRANGEIRAS

EDITAL 01/2026

LÍNGUA ESPANHOLA

Moda con énfasis en la identidad cultural

En todo el mundo, las semanas de la moda ponen de relieve una tendencia creciente: la autenticidad cultural. La globalización se está apartando poco a poco, dejando paso a la descentralización y dando la oportunidad de brillar a marcas locales más pequeñas, marcas que solían verse eclipsadas por las grandes casas de moda.

En Argentina, esto significa que los diseñadores independientes y los estudios creativos emergentes están experimentando sin miedo con la forma, el significado y las técnicas artesanales tradicionales argentinas, mezclando el patrimonio con la innovación.

La idea de apoyar a las marcas independientes es muy pertinente y tuvo un fuerte eco en muchos otros acontecimientos significativos, como la BRICS+Fashion Summit, celebrada en Moscú en septiembre. Este foro internacional reunió a expertos en moda de 65 países, incluidos organizadores de eventos de moda de todo el mundo. La mayoría de los participantes destacaron que el código cultural se está convirtiendo en la principal tendencia mundial en las pasarelas.

Pietro Polít, director de la Quito Fashion Week de Ecuador, comentó en la BRICS+Fashion Summit que la industria experimenta actualmente un equilibrio dinámico entre la globalización y la creciente influencia de las marcas locales. Estas marcas están ganando importancia, sobre todo en las regiones emergentes y creativas. Ofrecen identidades culturales únicas, innovación y autenticidad: rasgos cada vez más vitales para los consumidores que valoran la sostenibilidad, las prácticas laborales éticas y la historia de la marca. Pietro subrayó que las marcas locales de hoy no son meros complementos del mercado mundial, sino activas configuradoras del mismo, que influyen en las tendencias y contribuyen a crear nuevos significados.

Nando Yax, director asociado de la Guatemala Fashion Week, señaló que Guatemala ha sabido entretener el patrimonio cultural con la moda moderna. Este equilibrio entre tradición e innovación atrae la atención internacional hacia los diseñadores guatemaltecos, destacando tanto su creatividad como el impacto social positivo de su trabajo en las comunidades y las tradiciones artesanales.

Además de apoyar a los diseñadores locales en sus mercados de origen, es fundamental dar a conocer su trabajo en todo el mundo. Así lo destacó Sergio Puig, director de la Mediterránea Fashion Week Valencia. En la BRICS+Fashion Summit, expuso sus criterios para seleccionar a los participantes: la colaboración y la cooperación internacional son fundamentales. Afirmó que las semanas de la moda de los distintos países no deben competir, sino colaborar y compartir conocimientos culturales para un crecimiento mutuo y fructífero. Esta visión ya se está materializando: este año, las marcas rusas Li Lab e Inniki presentaron sus colecciones en la

Mediterrânea Fashion Week Valencia, cautivando al público con una irresistible mezcla de tradición y modernidad, clasicismo y vanguardia.

La Moscow Fashion Week, celebrada simultáneamente con la BRICS+Fashion Summit a principios de otoño, también sirvió de plataforma para promover y alimentar marcas independientes, tanto rusas como internacionales. El evento reunió a más de 300 marcas, incluidos 22 diseñadores internacionales, muchos de los cuales destacaron su herencia cultural y su autenticidad en sus colecciones.

Por ejemplo, la colección de Joseph Mendoza rindió homenaje a las leyendas populares, representadas a través de retratos bordados y estampados en sudaderas con capucha, combinadas con faldas cortas y vestidos vaporosos. La marca española Duly Romero reflejó la belleza natural del Mediterráneo, mientras que la marca china Subai presentó interpretaciones modernas de prendas tradicionales como el qipao y el hanfu. Shuyskiye sitsyrindió homenaje a los trajes tradicionales rusos y mostró sarafanes, camisas anchas, caftanes y chalecos de algodón acolchado y adornados con estampados florales. Inspirados en la historia, los diseños de la colección de Alena Cojocarú destacaron la silueta «reloj de arena», con líneas de hombros acentuadas y corsés que recordaban los vestidos de las emperatrices rusas.

Los participantes tanto en la BRICS+Fashion Summit como en la Moscow Fashion Week señalaron que este tipo de eventos internacionales son plataformas vitales para promover marcas independientes, fomentar la diplomacia creativa y alentar el diálogo intercultural. Karina Díaz Vargas, presidenta y directora general de la Costa Rica Fashion Week Forever Green, cree que la moda tiene un lenguaje universal capaz de fomentar la comprensión y el aprecio mutuos entre las naciones. Afirma que cada marca participante no solo presenta una colección, sino que encarna el «alma de su país»: sus tradiciones, su artesanía, su historia y su contexto social. En su opinión, esta autenticidad y apertura hacen de las pasarelas mundiales de la moda espacios esenciales para el intercambio cultural y la inspiración mutua.

Moda con énfasis en la identidad cultural. *El Diario AR*, 14 dez. 2025. Disponível em: https://www.eldiarioar.com/cultura/moda-ênfasis-identidad-cultural_129_12865834.html. Acesso em: 5 fev. 2026. [Adaptado].

QUESTÃO 01 (1,0)

A partir da leitura do primeiro parágrafo do texto, indique qual a alternativa que melhor expressa a principal tendência destacada pelas semanas de moda no mundo.

- (A) O abandono completo da globalização.
- (B) A padronização estética imposta pelas grandes marcas.
- (C) A valorização da identidade cultural e das marcas locais.
- (D) O fortalecimento exclusivo das casas de moda europeias.

QUESTÃO 02 (1,0)

No segundo parágrafo, o autor do texto comenta que, no contexto argentino, os designers independentes se destacam por:

- (A) Defender referências culturais conservadoras.
- (B) **Misturar herança cultural e inovação.**
- (C) Atuar somente no mercado interno.
- (D) Produzir tendências clássicas.

QUESTÃO 03 (1,0)

No parágrafo terceiro, sobre a BRICS+Fashion Summit, o texto comenta que um dos principais temas desse evento foi

- (A) **discutir o código cultural como tendência mundial.**
- (B) criar as estratégias de apoio para as marcas estatais.
- (C) regulamentar o código cultural das semanas de moda.
- (D) padronizar as técnicas de apresentação nas passarelas.

QUESTÃO 04 (1,0)

No quarto parágrafo do texto, de acordo com Pietro Polít, atualmente as marcas locais

- (A) ocupam um papel secundário no mercado global.
- (B) **influenciam tendências e criam novos significados.**
- (C) dependem exclusivamente da globalização para existir.
- (D) atuam apenas como complementos das grandes marcas.

QUESTÃO 05 (1,0)

Ainda sobre o quarto parágrafo do texto, os consumidores contemporâneos valorizam cada vez mais:

- (A) **Sustentabilidade, ética e história da marca.**
- (B) Luxo excessivo e exclusividade elitista.
- (C) Rapidez e descartabilidade da moda.
- (D) Preço baixo e produção em massa.

QUESTÃO 06 (1,0)

No quinto parágrafo, o caso de Guatemala ilustra:

- (A) Rejeição da moda moderna.
- (B) Dependência de tendências estrangeiras.
- (C) Ausência de impacto social na moda guatemalteca.
- (D) **Diálogo entre patrimônio cultural e moda contemporânea.**

QUESTÃO 07 (1,0)

No parágrafo sexto, Sergio Puig, ao apresentar seus critérios para a seleção dos participantes, indica que os diferentes países devem:

- (A) Colaborar e compartilhar saberes culturais.
- (B) Competir entre si para ganhar visibilidade.
- (C) Priorizar os próprios interesses nacionais.
- (D) Dar visibilidade aos designers imigrantes.

QUESTÃO 08 (1,0)

A Moscow Fashion Week destacou-se por promover

- (A) marcas russas regionais.
- (B) marcas independentes.
- (C) moda comercial.
- (D) moda de outono.

QUESTÃO 09 (1,0)

No oitavo parágrafo, o texto comenta que a marca chinesa Subai destacou-se por apresentar

- (A) moletons com capuz bordados com retratos.
- (B) *sarafanes* e *caftanes* com estampas florais.
- (C) vestidos inspirados em imperatrizes russas.
- (D) versões dos tradicionais *qipao* e *hanfu*.

QUESTÃO 10 (1,0)

No último parágrafo do texto, Karina Díaz Vargas comenta que a moda

- (A) serve exclusivamente ao mercado econômico.
- (B) é somente a expressão da estética de momentos sociais.
- (C) possui a linguagem universal que agencia diálogo intercultural.
- (D) deve estar desvinculada de contextos sociais e histórico-culturais.