

[Amaya Arzuaga, antigua alumna del CSDMM y Premio Nacional de Diseño de Moda 2013](#)

“En nuestro país ropa hacemos mucha, pero moda muy poca”

Antigua alumna del Centro Superior de Diseño de Moda de la Universidad Politécnica de Madrid, Amaya Arzuaga es una de las diseñadoras españolas de mayor éxito. Inició su formación en Diseño de Moda en la Universidad Politécnica de Madrid y, en 1992, se incorporó como diseñadora a la empresa familiar. Dos años después puso en marcha su propia empresa y lanzó su primera colección.

Fue la primera diseñadora española seleccionada para desfilar en la *London Fashion Week*, en la que participó de 1996 a 2001. Desde entonces, ha llevado sus diseños a París, Milán y Lisboa. En la actuali-

dad, cuenta con más de 200 tiendas en toda España y exporta el 80% de su producción a 37 países.

En 2005 recibió la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes. El pasado 2013 fue galardonada con el Premio Nacional de Moda, la más alta distinción española en este campo, lo que supuso para Amaya “una sorpresa y una gran alegría”.

La diseñadora española considera que la búsqueda de financiación ha sido la principal dificultad que ha encontrado para triunfar en la moda. Un sector cuya situación actual en nuestro país le produce “algo de desasosiego”, ya que “ropa hacemos mucha, pero moda muy poca”.

¿Qué le llevó a interesarse por su campo de actividad?

Desde pequeña era poco partidaria de la uniformidad a la hora de vestir.

¿Quiénes son sus referentes?

Rei Kawakubo, Martin Margiela o Nicolas Ghesquiere.

¿Dónde encuentra la inspiración a la hora de diseñar una colección?

Como método para enfrentarme a una nueva colección parto de la última idea de la anterior. Siempre se queda algo sin desarrollar y, cuando encuentro ese pequeño

[Manuel Blanco, arquitecto y director académico del CSDMM](#)

“El Grado en Diseño de Moda es una titulación revolucionaria”



Se trata de una “apuesta importante por una nueva Politécnica en la que Diseño sea una de las ramas que completan su mapa de titulaciones”, explica Manuel Blanco, director académico del CSDMM. Doctor arquitecto por la ETSAM, Manuel Blanco es catedrático del Departamento de Composición Arquitectónica de la Universidad Politécnica de Madrid, en la que ejerce su labor docente desde hace veintisiete años. Posee una amplia y reconocida experiencia internacional como comisario y diseñador de exposiciones y, desde el pasado año, ha asumido el cargo de director académico del CSDMM con un cometido principal: crear la nueva titulación de Diseño de Moda como carrera universitaria.

¿Qué supone que la Moda alcance el reconocimiento universitario?

Importa muchísimo, porque estamos haciendo una titulación, en mi opinión, revolucionaria. Es la primera vez que una universidad importante, de la categoría de la UPM, tiene Moda dentro de su currículum. Y hemos apostado porque sea plenamente Politécnica. ¿Qué es lo

que quiero decir con ello? Pensamos que la enseñanza tiene que ser una enseñanza de sinergia. La UPM tiene, probablemente, los Grupos de Investigación más interesantes de nuestro país. En colaboración con nuestro centro de referencia, la ETS de Arquitectura, hemos creado el Grupo de Investigación “Análisis y Documentación de Arquitectura, Diseño, Moda y Sociedad”. Creemos que hay que investigar y trabajar en todos esos sectores al mismo tiempo: geografía humana, sostenibilidad, medio urbano, indumentaria, energía, etc.

Como director académico del Centro, ¿qué destacaría del Plan de Estudios?

Hemos creado un Grado con dos grandes especialidades. Con el asesoramiento de Enrique Loewe y todo su equipo, hemos creado una especialidad o mención en piel. Y también estamos trabajando con los sectores de producción, como grupo Cortefiel o Corte Inglés, para la especialidad en producción. En estos momentos de crisis, el sector de la moda es uno de los más pujantes. Somos el número uno en *retail*: Inditex, grupo Cortefiel o Mango son las primeras en el mundo, y tenemos que beneficiarnos de ello. Nuestros estudiantes tienen que salir ligados directamente al sector. Y, por otra parte, hemos creado un grado “a la carta”. Los estudiantes van a poder hacer su propio itinerario. A partir del tercer curso, durante el último año y medio de carrera van a trazar qué es lo que



“Siempre he sido poco partidaria de la uniformidad a la hora de vestir”

detalle de punto de partida, empiezo a documentarme. Normalmente la idea de partida no tiene nada que ver con el resultado final.

Ha mostrado sus colecciones en las pasarelas internacionales más prestigiosas. ¿Cómo ha conseguido alcanzar este logro para el diseño español?

Con esfuerzo, organización y siempre enfocando las ventas hacia el mercado exterior, no por ello dejando de atender el mercado nacional.

¿Cómo ha afectado la crisis al mundo de la Moda?

Ha extremado las cosas. Empezar cada día es más complicado; mantenerse siendo pequeño también. Por un lado, está Prada y los grandes grupos y, por otro, Zara, lo que deja muy poco espacio a los diseñadores independientes.

¿Cómo recuerda su paso por el Centro Superior de Diseño de Moda de la Universidad Politécnica de Madrid?

Unos años estupendos en los que no era muy consciente de lo que venía después.

¿Qué opinión le merecen los estudios superiores orientados hacia el mundo de la Moda? ¿Qué cambios introduciría en este tipo de formación?

Para mí, la formación artística es fundamental. Pero también veo necesario conocer el funcionamiento de la industria y sería muy necesario tener una mayor relación con el mundo empresarial. Cada día es más complicado encontrar socios capitalistas o talleres para producir las colecciones.

Si tuviera que dar un consejo a los nuevos estudiantes en diseño de Moda, ¿cuál sería?

Paciencia, identidad propia y no olvidar que la moda es un negocio.

quieren estudiar. Estamos haciendo una oferta de optativas muy importante; dentro de esa oferta hay 12 créditos, el 5% de la carrera, que abre todas las materias de la Universidad Politécnica para los alumnos de Moda. Si a alguien le interesa para sus creaciones saber de Botánica o Historia del Arte de la Arquitectura, lo puede hacer. Pensamos que en estos momentos difíciles la sociedad exige perfiles muy amplios y diversos. Si es posible que nuestros alumnos aprendan del *know how* del resto de la Universidad, pienso que la UPM está en disposición de hacer esa oferta. Sobre todo porque, además, esto sitúa al Centro en una posición absolutamente imbatible. Hay muy pocas universidades que tengan una oferta tan interesante y tan inteligente como la nuestra.

¿Qué se aportan mutuamente la UPM y el CSDMM?

Como catedrático de la ETSAM, nunca me ha convencido el lema “Ingeniamos el futuro”. Hasta que la directora del Departamento de Lingüística me dijo que ingeniamos no proviene de ingeniero, sino de ingenio. Y tiene toda la razón: la UPM es una Universidad que piensa con ingenio en cuáles son las soluciones que puede haber. Arquitectura, que es la que más conozco, es una de las dos o tres mejores Escuelas del mundo. Ha logrado con su profesorado tener una gran repercusión internacional. Y tenemos muchos otros Centros en la Politécnica así. Aspira-

mos a lo mismo. Queremos Diseño de Moda de la UPM conectado con todas las grandes escuelas mundiales y en una primera línea. Diseño concebido desde una gran Universidad supone un cambio de perspectiva.

Una de las fortalezas del Centro es su vinculación con el mundo profesional de la Moda...

Pensamos que es muy importante. Estamos diseñando las especialidades con asignaturas muy teórico-prácticas asesoradas, además, por gente externa. Hemos incluido 12 créditos de prácticas, que en determinados casos pueden llegar a 18. Y hemos suscrito un acuerdo con la Asociación de Creadores de Moda de España, para que todos los grandes diseñadores pasen por el Centro, ya sea dando una *master class* o responsabilizándose de alguno de los cursos.

Tenemos ya grandes creadores dentro del Centro, como Ana Locking o Alma Aguilar, cuyos alumnos han realizado los desfiles de este año. También hay que apostar por la comunicación. No sólo hay que formar gente, sino comunicar el valor de la formación que damos, porque eso está directamente ligado a la empleabilidad. Por otra parte, estamos muy interesados en crear vínculos estrechos con nuestros *alumni*.

Ahora que vamos a dar el salto a carrera universitaria, me planteo qué interés tiene que un campo como la moda sea carrera universitaria. Primero, tengo muy claro que el mayor nivel de formación posible siempre es conveniente en

cualquier campo. Pero luego hay otro factor social: hay una cantidad de diseñadores que han tenido que hacer una carrera intermedia y no han podido derivar a lo que querían hasta más tarde. Es decir, si alguien quiere hacer moda, que lo haga con las mayores garantías posibles y que no tenga que pasar por otras carreras magníficas si lo que realmente quiere es estudiar diseño. Pensamos, además, que esa mixtura de técnica y creatividad en diseño que puede proporcionar el Centro puede ser un factor muy bueno para garantizar el empleo de nuestros alumnos. Y, por otro lado, no queremos renunciar a la formación integral en cultura. Si los alumnos no saben que el negro era el color del lujo en el Siglo de Oro español, como el púrpura el de los emperadores romanos, no pueden conocer en qué posición están.

¿Qué diría a los nuevos estudiantes en diseño de moda?

Que hagan realidad sus sueños. Pero que piensen que cuando se sueña, hay que saber que hay que trabajar muchísimo para hacerlo realidad. Y que la formación para ello es imprescindible. Hay que aprender absolutamente de todo lo que te rodea y luego transformarlo en obra. Pessoa decía que “vivir no es necesario, lo que es necesario es crear”, y eso para un diseñador de moda es muy importante. Pero aparte de saber crear, hay que saber hacer lo que se crea.