

UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA  
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

MASTER INTERUNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE PATRIMONIO ARTÍSTICO Y  
ARQUITECTÓNICO, MUSEOS Y MERCADO DEL ARTE

**EL DISEÑO Y LA INDUSTRIA DE LA MODA EN ESPAÑA  
(1960-2010). UNA APROXIMACIÓN**

TRABAJO FIN DE MÁSTER

AUTORA: DALILA PÉREZ PÉREZ

DIRECTOR: SANTIAGO DE LUXÁN MELÉNDEZ  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS HISTÓRICAS  
UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

*Curso académico: 2016/2017*



## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	1
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. Objetivos	6
1.2. Metodología	6
2. CAPÍTULO I. CINCUENTA AÑOS DE SISTEMA MODA ESPAÑOL	9
2.1. Aclaración de conceptos	9
2.2. <i>Ready-to-wear</i> o «listo para ponérselo»	13
3. CAPÍTULO II. PROCESO DE CREACIÓN EN ESPAÑA (1960-2010): <i>Corpus</i> de diseñadores	27
4. CONCLUSIONES	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y RECURSOS DE INFORMACIÓN	41
ANEXO	44

## RESUMEN

La moda está sujeta a transformaciones de estilo, materiales y complementos que, generalmente, vienen acompañadas de cambios sociológicos. A pesar de la extensa tradición textil y artesanal española resulta complicado reconocer la labor del diseñador como un bien cultural inmaterial. En las últimas décadas se han implementado políticas para promover la creatividad y la exportación de producto, reforzando la importancia cultural del diseño desde perspectivas filosóficas y antropológicas, además de la labor de divulgación de los centros museísticos y de investigación. Este estudio se propone describir en primer lugar la evolución del proceso de industrialización de la moda iniciado en la década de 1960 e influido por la explosión de nuevas ideas procedentes de diversos campos. En segundo lugar, reunir un *corpus* de creadores del periodo comprendido entre 1960 y 2010 para entender y secuenciar la evolución del proceso de creación. Se espera obtener una idea clara del proceso de diseño que ha definido la evolución de la estética española posmoderna a partir del estudio de las obras de esa selección de nombres representativos del sistema moda español. Finalmente, se verá si esa definición lleva a valorar la tarea principal del diseñador; la creación.

*Palabras clave:* diseño, moda, *ready-to-wear*, proceso creativo, España

## ABSTRACT

Fashion is subject to changes in style, materials and accessories, usually accompanied by social changes. Despite the extensive Spanish textile and craft tradition, it remains difficult to recognize the role of the designer as an immaterial cultural property. In recent decades, some politics have been implemented to promote creativity and exporting products, reinforcing the cultural importance of design process from philosophical and anthropological outlook, as well as the outreach work of research centres and museums. First or all, we will try to describe the evolution of the industrialization fashion process begun in the 1960s and influenced by the explosion of new ideas from other fields. Secondly, we will gather a corpus of creators over the period from 1960 to 2010, to understand and sequence design process evolution. We hope to get a clear idea of what defined the evolution of post-modern Spanish aesthetics from the study of this representative works selection. Finally, we will see if that definition leads us to value the task of the designer: creation.

*Keywords: design, fashion, ready-to-wear, design process, Spain*

## 1. INTRODUCCIÓN

España, por sus características culturales, que han marcado su impronta, no ha dejado de destacar en el ámbito de la moda mundialmente. El diseño español tuvo gran influencia internacional en el siglo XVI, también en la alta costura del pasado siglo y recientemente como líder de la pronta moda y las cadenas de distribución. Como el tema creativo es un debate constante en el sector, lo que buscamos es entender cuál ha sido el proceso de creación de productos de moda durante el sistema moda español o periodo *fashion design* y si pueden ser reconocibles como moda de España, dado que se ha desarrollado de una manera diferente al de otros países del entorno como Italia o Francia.

En nuestro país, la mayoría de **empresas pequeñas e independientes** presentan sus líneas de venta estacional dos veces al año en tres pasarelas de moda: *080 Barcelona Fashion* (moda femenina, masculina e infantil) *Mercedes-Benz Fashion Week Madrid* (moda femenina) y *MF Show* (moda femenina y masculina)<sup>1</sup>.

La trayectoria de la Pasarela Gaudí de Barcelona se desarrolló desde inicios de los ochenta hasta 2007<sup>2</sup>. Surgió como una propuesta para proyectar el talento de los nuevos diseñadores y sus proyectos empresariales, así como para apoyar a grandes grupos de moda locales. En Madrid, el «escaparate del diseño de moda de España» ha sido desde 1985 el trampolín de numerosos creadores españoles. El presupuesto de esta pasarela, inicialmente conocida como Cibeles<sup>3</sup>, depende principalmente del patrocinio privado. En su última edición, proyectó con éxito las colecciones de 43 creadores y marcas de todo el país. El tercer certamen de moda madrileño surgió en 2011 como alternativa a la

---

<sup>1</sup> Resultado de las plataformas surgidas en los 70, *Moda del Mediterráneo*, *Imagen Moda*, *el Salón del Prêt-à-Porter de Barcelona*, etc. y consolidadas una década después.

<sup>2</sup> Ha dado nombres al diseño español como Antonio Miró o Lydia Delgado, entre muchos otros.

<sup>3</sup> Bautizada por la Institución Ferial de Madrid (IFEMA) como *Cibeles Madrid Fashion Week* en 1996. *Guías Modaes: Ferias y pasarelas de moda 2017/18*. Portal líder de información económica del negocio de la moda. Disponible en: <https://www.modaes.es/publicaciones/guias-modaes.html>. Consultado el 22 de mayo de 2017.

anterior *Cibeles Fashion Week Madrid*. Una iniciativa que nació de profesionales del sector con el apoyo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, el Ayuntamiento de Madrid, y la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Accesorios (ACOTEX). Esta ha ido adquiriendo fama progresivamente gracias a la elección de escenarios emblemáticos de la capital para sus desfiles.

A otro nivel, las **cadena minoristas** de pronta moda ofrecen ropa más económica, pero lo último en tendencias. La disminución de la calidad de los materiales y la deslocalización de los procesos de producción permiten fabricar velozmente y renovar prendas con frecuencia. A grandes rasgos, los minoristas de moda cubren diferentes sectores. Hay líneas especializadas en moda joven de bajo presupuesto, otras que ofrecen calidad aceptable, y un segmento dirigido a consumidores que solicitan calidad a precios moderados. Una estrategia muy común es apostar por «proyectos cápsula», una mezcla del estilo personal de un diseñador en colaboración con un *retailer*. La metodología que emplean los equipos de diseño de los grandes establecimientos comerciales suele consistir en simplificar el proceso de diseño para responder a las necesidades de sus consumidores habituales<sup>4</sup>. En un sector tan competitivo, las marcas luchan por ganar cuota de mercado. Las técnicas de márketing son un recurso constante tales como el lanzamiento de las «colecciones de pretemporada»; añadidos a la colección principal, «avances de temporada»; para dar a conocer propuestas y adelantar pedidos o las «colecciones únicas»; destinadas a ampliar la oferta.

En las últimas décadas, se han implementado campañas para promover la creatividad y la exportación de producto, reforzando la importancia cultural del diseño de moda desde perspectivas filosóficas y antropológicas, además de la labor de divulgación de los centros de investigación y museísticos. A pesar de la dilatada tradición textil y artesanal del país, sigue resultando complicado reconocer la labor del diseñador como un bien cultural inmaterial.

---

<sup>4</sup> MATHARU, G. 2011. *Diseño de Moda. Manual para los futuros profesionales del sector*. Océano. Barcelona: 76.

La moda esconde muchos factores. Más allá de una cuestión estética o de negocio, la moda es «diseño». Parafraseando a Cordeiro<sup>5</sup>, la moda debe ser funcional para vivirla a modo de vestuario del teatro que es la vida, pero fundamentalmente tiene que ser creatividad. Para el catedrático en Historia Contemporánea la moda es narración, el artista la ve como el espíritu de una época capaz de definir identidades, y el diseñador sabe que su trabajo deja a menudo rastros duraderos en el bagaje cultural humano<sup>6</sup>.

Frente a la naturaleza elemental y práctica de la ropa, la moda está sujeta a transformaciones de estilo, materiales y accesorios que, normalmente, vienen acompañadas de cambios sociológicos. La manera de vestir, al igual que la de pensar, va evolucionando con el tiempo. Este trabajo investigará el periodo español de construcción de nuevos estilos, influido por la explosión de nuevas ideas en muchos campos, en especial la moda, considerada a menudo más próxima al arte que a los negocios industriales.

La justificación del tema radica en la curiosidad por un periodo de la historia de la moda española que comenzó con el retraso de la industrialización de los sistemas de confección. Un país en el que los industriales o empresarios no apuestan fácilmente por el diseño ni por los estilos emergentes. Aunque se desconocen las circunstancias de este desencuentro, no hay duda de nuestra singularidad para afrontar los «cambios», lo nuevo o diferente. En cualquier caso, el papel del diseñador de moda ha ido evolucionando y adaptándose a los nuevos desafíos de una industria cambiante.

En España hay tradición de industria textil y sastrería, riqueza artística-cultural y talento pero no ha trascendido aquello que nos identifica, ¿qué vende España?, ¿cómo se forman los jóvenes diseñadores?, y ¿hasta qué punto las

---

<sup>5</sup> Comisaria de la exposición *La moda es sueño. 25 años de talento español*. Museo Cerralbo, Madrid. 2012. FERNÁNDEZ SANTOS, A. 2012. *Documental exposición La moda es sueño* [Video]. Madrid: MECD [consulta: 19 junio 2017]- 21 min., color. Disponible en el canal de la ACME: [https://www.youtube.com/watch?v=2\\_KckvfUVHk&app=desktop](https://www.youtube.com/watch?v=2_KckvfUVHk&app=desktop)

<sup>6</sup> MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA. 2003. *Tras el espejo. Moda española*: Madrid, 18 jun. -29 sept. 2003. Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación. ISBN 84-922587-2-1

escuelas o universidades generan consciencia sobre la creación de intangibles? A estas cuestiones no responderemos en este ensayo, sin embargo, hemos detectado que muchos diseñadores no encuentran en el territorio nacional las condiciones para cerrar el círculo del negocio de su moda. Al respecto, uno de los diseñadores españoles más internacionales –Custodio Dalmau– apunta:

*«En términos de creatividad, en las pasarelas europeas se valora mucho la novedad, son más abiertos, mientras que en España los diseñadores son más académicos y, salvo dos o tres, salirse de la moda que dicta la Fashion Week de Nueva York, es impensable».*

En cambio, Juan Duyos<sup>7</sup> afirma que los consumidores españoles invierten en moda pero se resisten a comprar diseño. Sea como fuere, el producto de las generaciones recientes sigue siendo selectivo, accesible en puntos de venta muy exclusivos, dicho de otro modo, poco «popular».

## 1.1 Objetivos

El propósito de este trabajo es **identificar** a los diseñadores españoles de moda más representativos del *ready-to-wear*<sup>8</sup> y reunir un *corpus*<sup>9</sup> de creadores, desde la década de 1960 hasta 2010, que nos permita **entender** y **explicar** la evolución del proceso de creación en España durante los años del denominado sistema moda español.

## 1.2 Metodología

Este trabajo de investigación está estructurado en dos capítulos. En el primero describimos el contexto del proceso de industrialización de la moda en España

---

<sup>7</sup> El grado de apertura al exterior del sector de la moda en España es muy elevado, alcanzando porcentajes de exportación en algunas empresas de hasta el 90%. Fuente: UNIVERSIDAD DE NAVARRA; ASOCIACIÓN DE CREADORES DE MODA DE ESPAÑA. 2016. *El sector de la moda en España. Retos y desafíos*. SUSAETA, L. (coord.). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Disponible en: <http://observatoriomodaespañola.com/wp-content/uploads/2016/06/INFORME.pdf>

<sup>8</sup> También conocido como *prêt-à-porter*.

<sup>9</sup> Cuadro 1: creadores/diseñadores españoles de *ready-to-wear* (1960-2010), véase en Capítulo II.

para, en el segundo, tratar de secuenciar la evolución de la estética española posmoderna a partir de una selección de casos significativos.

En cuanto a la secuencia de redacción de este ensayo, comenzamos por las lecturas particulares, la investigación y, seguidamente, de forma deductiva, la explicación. Una consideración importante es que la moda en España no fue un fenómeno aislado, tuvo que ver con movimientos americanos y europeos, y con la propia creación artística en general, de ahí los paralelismos que hemos estimado incluir. En relación al método, hemos optado por un procedimiento extensivo de recopilación de datos. Esto quiere decir que, no hemos estudiado intensivamente un número concreto de casos, sino tratado de buscar la manera de proporcionar una visión amplia del fenómeno, abarcando el máximo número de casos significativos<sup>10</sup> del paradigma de la reproducción. Hay que entender la dificultad de la selección totalmente objetiva, de ahí que, la intención de este trabajo no sea más que la de un registro del fenómeno; un grupo de nombres relevantes, entre otros muchos, sobre los que existe, en mayor o menor medida, un consenso.

Consultamos fuentes especializadas en Moda y Diseño recomendadas por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte a través de la «Guía del Lector 2010» y el Museo del Traje de Madrid. Concretamente, el repositorio bibliográfico «España de Moda: 50 años de moda española» compuesto por «La moda en la España contemporánea» y «Sociología de la moda» de 2015. Del apartado «Moda española» es ineludible reseñar las obras de Josefina Figueras, Lola Gavarrón y Rosa María Pereda<sup>11</sup>. De «La moda expuesta», en referencia al ámbito de los museos, las colecciones publicadas por el Museo Centro de Arte Reina Sofía (MCARS) y la Sociedad Estatal para Exposiciones Internacionales (SEEI) que guiaron la configuración del listado. Sobre el fenómeno pronta moda, las biografías de *Inditex*, *El Corte Inglés*, *Loewe* y *Mango*, frutos de la labor de

---

<sup>10</sup> Dando preferencia a los diseñadores en activo o que siguen desfilando. Bajo esta premisa quedaron a las puertas nombres como Equipo Pulligan, Caramelo, Sita Murt, Juan Vidal, Moisés Nieto, Rabaneda o Eva Soto Conde.

<sup>11</sup> La edición de 1986 fue su primer ensayo recopilatorio de creadores.

investigación de Enrique Badía, Javier Cuartas, Marcua y García-Ramos, y Humberto Salerno y Andrea Gay Zaragoza, respectivamente. Para profundizar en la trayectoria y obra de cada nombre, hemos recurrido a la guía de Pedro Mansilla Viedma y José María Díez Laplaza y Carlos Horcajo González.

Asimismo, con el fin de desarrollar el apartado Moda española, se consultaron las colecciones del Museo Cerralbo y los informes publicados por organismos como el Observatorio de la Moda Española de la Asociación de Creadores de Moda de España (ACME), el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y el Centro de Promoción de Diseño y Moda (CDM).

En el campo de la tesis doctorales, destacamos la investigación de Luís Migueles Casablanca (Universidad de Granada) sobre la moda como disciplina artística en España, el estudio de Ana Martínez Barreiro (Universidad de La Coruña) sobre moda y globalización, y los artículos «Diseño de moda español: Manifiesto a favor del reconocimiento internacional de su identidad» de Ismael Amaro Martos (Universidad de Jaén) y «La dimensión comunicativa de la moda: apuntes del caso español» de Eva y Natalia Quintas (Universidades de Vigo y Alicante, respectivamente).

Junto a estas consideraciones, debido al carácter visual de la temática, estimamos oportuno incluir un aparato gráfico que hemos incorporado en los lugares correspondientes para contextualizar las obras icónicas de los nombres «estrella»<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> Las imágenes han sido extraídas de los catálogos y monográficos:

MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA. 2003. *Tras el espejo. Moda española*: Madrid, 18 jun. -29 sept. 2003. Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación. ISBN 84-922587-2-1

SOCIEDAD ESTATAL PARA EXPOSICIONES INTERNACIONALES. 2006. *Genio y figura: la influencia de la cultura española en la moda*: Madrid, 30 nov. 2005 - 18 mzo. 2006. Disparo Editorial.

RIERA, M. 2014. *200 años de ilustración de moda en España*. Comanegra. Vigo.

LOEWE. 1995. *Loewe, 1846-1996*. Madrid

## 2. CAPÍTULO I. CINCUENTA AÑOS DE SISTEMA MODA ESPAÑOL

### 2.1. Aclaración de conceptos

Muchos autores abordan el fenómeno del consumo en la era posmoderna. Pero el nuevo concepto de moda «creada y diseñada», hunde sus raíces a finales del siglo XVIII<sup>13</sup> en Francia. Aunque no es materia de este proyecto, es importante entender el antecedente histórico del concepto a estudiar y cómo el diseñador de moda ha ido superando los retos de la creación, producción y consumo-moda contemporáneos. A grandes rasgos, se pueden diferenciar dos etapas que muestran su evolución en relación a los cambios de paradigma<sup>14</sup>.

Inicialmente, la mayoría de diseñadores de moda eran artesanos de la costura, de ahí que la primera denominación sea la de modisto/a o costurero/a. A pesar de ser Francia el lugar donde comenzó a regularse el sistema de la moda, Estados Unidos se benefició de la formación de los modistos europeos, que emigraron durante la Segunda Guerra Mundial para satisfacer la demanda de las mujeres norteamericanas. El estilo práctico y casual eran conceptos que desarrollaron, sobre todo, las mujeres diseñadoras, quienes aportaron a la industria de la moda un proceso de confección industrial beneficioso durante los 40 y 50 del siglo XX. Este proceso de manufactura fue copiado por Europa bajo la expresión francesa *prêt-à-porter*.

Entre 1960 y 1990, primero fue el modisto quien dictaba los estilos y luego el creador como estilista al servicio de la industria. Este nuevo giro del sistema de la moda supuso la readaptación de la labor del creador para satisfacer la demanda creciente de la clase media emergente. La nueva estructura del proceso productivo importado de EE.UU. ofrecía resultados de

---

<sup>13</sup> La democratización de la indumentaria se inició cuando en 1789 la Asamblea Nacional en París acordó la eliminación del privilegio exclusivo en cuanto a vestimenta.

<sup>14</sup> FERNÁNDEZ, D. El diseñador de moda ante el cambio de la producción y los hábitos de consumo. [Consulta 19 junio 2017]. Disponible en: <http://forefashionlab.com/el-disenador-de-moda-ante-el-cambio-de-la-produccion-y-los-habitos-del-consumo-moda/>

calidad que se aceptaron como una nueva vía de confeccionar industrialmente prendas accesibles para todos. Los protagonistas del cambio de la moda en los sesenta fueron los jóvenes. El fácil acceso a la información propició que esta generación se manifestara a favor de unos ideales. El epicentro creativo fue primero Londres, después San Francisco, siendo París el de la opulencia y la extravagancia. Factores internacionales, e internos en España, hicieron reflexionar sobre la superficialidad de la moda que impulsó movimientos antisistema y antimoda. La alta costura europea ya no podía atender a los gustos juveniles, que, por otro lado, fue entendido por los industriales y empresarios como una lección de orientación al mercado. El contexto político-económico vino acompañado de catalizadores como nuevos materiales, la música, la discoteca, las escuelas de arte, las exhibiciones, el movimiento de liberación gay, etc. Como consecuencia, los jóvenes utilizaron la moda como medio de manifestación política y personal durante la década de los setenta. La universalización del sistema de producción fue consciente de la necesidad de no perder el perfil creativo, un nuevo tipo de creador vinculado a la industria.

En esta misma orientación se abre el debate de si la funcionalidad es lo que separa la obra de un artista a la de un diseñador. Asociar la funcionalidad al diseño no es contemporáneo, buscar el valor estético a la artesanía tampoco. La metodología del diseño ha estado ligada a la máquina y la economía. La Revolución Industrial y el desarrollo de la tecnología eran una realidad y ciertos colectivos lo entendieron como una oportunidad de reconciliación o diálogo.

Consecuencia de ello fue la convergencia entre diseñadores, arquitectos y artesanos, ejemplo de la escuela Bauhaus, que surge con el objetivo de retomar como referente las necesidades básicas del ser humano, es decir, «comprender el significado interno y el carácter de lo que diseñaban»<sup>15</sup>.

Mientras que las bellas artes no necesariamente tienen que responder a la finalidad y el uso, las artes aplicadas sí. En la labor del artesano debe haber un

---

<sup>15</sup> DONDIS, D.A. 2007. *La sintaxis de la imagen*. Introducción al alfabeto visual. Gustavo Gili. Barcelona: 192. «Walter Gropius expresaba esta necesidad en sus comentarios de 1919 a los objetivos de la Bauhaus: 163-165.

equilibrio entre la subjetividad, el gusto propio, y la solución de un problema, es decir, la utilidad del producto. Es una cuestión más allá de la dualidad expresión-subjetiva y función-objetiva. «El diseño es un arte aplicado y las bellas artes carecen de utilidad»<sup>16</sup>

Acorde con Jully Capella, todo lo que nos rodea ha sido diseñado gracias a la capacidad natural del ser humano<sup>17</sup>. Sin embargo, tal como apunta Dondis, en los procesos actuales de diseño se olvida la aplicación de la experiencia, considerada por Munari como la encargada de suministrar un orden lógico en las operaciones necesarias para obtener un resultado eficiente con el mínimo esfuerzo. En este contexto, la «forma» es la relación de elementos mediante técnicas para conseguir una combinación que tenga significado<sup>18</sup>. Luego hay que tener en cuenta la construcción de imagen del propio ser humano. De ahí que se haga hincapié en la alfabetización de los creadores para construir signos que los consumidores sean capaces de descodificar. La construcción de la mirada y marcar el consumo demuestran la fuerza de los medios en la confirmación de la imagen que el ser humano tiene de sí mismo<sup>19</sup>.

*«En el campo del diseño no es correcto proyectar sin método, pensar de forma artística buscando enseguida una idea sin hacer previamente un estudio (...) Creatividad no quiere decir improvisación sin método: de esta forma solo se genera confusión (...) La serie de operaciones del método proyectual obedece a valores objetivos que se convierten en instrumentos operativos en manos de proyectistas creativos»<sup>20</sup>.*

---

<sup>16</sup> DONDIS, D.A. 2007. *La sintaxis de la imagen*. Introducción al alfabeto visual. Gustavo Gili. Barcelona: 192. «Walter Gropius expresaba esta necesidad en sus comentarios de 1919 a los objetivos de la Bauhaus: 15-18

<sup>17</sup> *Función y forma. Diseño en España. Medio siglo contigo*. 2016. [Video] Benet ROMÁN, director. Madrid: RTVE [consulta: 14 junio 2017]- 59 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/el-documental/documental-funcion-forma-diseno-espana-medio-siglo-contigo/3797778/>

<sup>18</sup> DONDIS, D.A. 2007. *Op. cit.*: 11.

<sup>19</sup> MATHARU, G. 2011. *Op. cit.*: 76.

<sup>20</sup> MUNARI, B. 2008. *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili, Barcelona: 18.

Secundando la hipótesis de que el diseño es un arte aplicado, su función se maximiza en la industria de la ropa funcional, como prendas deportivas, indumento para trabajadores, más que de la moda, en el sentido de que lo prioritario es la función por encima de la estética o el estilo.

Los autores de la teoría del diseño distinguen entre moda (terreno de los estilistas que ofrecen tendencias y estilos actualizados) y vestido/ropa, debido a que lo primero se circunscribe al ámbito de la experimentación (abren debates de actualidad sobre sexualidad, identidad, forma conceptual de las prendas), y el otro, al del diseño como arte aplicado<sup>21</sup>.

La relación del diseñador con culturas diferentes, el acercamiento a otros lenguajes y disciplinas le permite explorar y representar conceptos para transmitir mensajes. A lo largo de la historia, existen antecedentes de la fusión de estas dos ideas, la funcionalidad y la estética, como Andy Warhol o Roy Lichtenstein. Artistas que ilustraban la cultura de masas y el consumismo. Sus prendas cumplían los requisitos de confort y funcionalidad, pero además permitían la representación artística sin el condicionamiento del consumo. En cierta medida, han sido cargados de mensajes intrínsecos/ocultos/codificados y, por tanto, funcionan como un medio de expresión a la vez que lienzos andantes. Las creaciones son interpretaciones de códigos que los diseñadores perciben de las fuentes de información desde tres ámbitos principales: alta cultura, cultura popular y cultura alternativa<sup>22</sup>.

En este sentido, los diseñadores de moda necesitan buscar inspiración para saber hacia dónde se dirigen. La fase de investigación en el proceso creativo es la búsqueda creativa y parte más importante, puesto que uno debe ser coherente con las necesidades del ser humano y con las limitaciones que presentan los recursos. La mejor forma de conseguirlo es seguir el proceso creativo evitando dar soluciones arbitrarias, es decir, sin perder el referente de la condición humana. Investigar en la moda es seguir el mismo proceso que

---

<sup>21</sup> Modo de expresión «artística», arte igual a manifestación cultural.

<sup>22</sup> MUNARI, B. 2008. *Op. cit.*: 22.

para otras disciplinas artísticas. A grandes rasgos la metodología que se enseña en las escuelas de diseño de moda responde al siguiente esquema:

- a. Documentación y rastreo (buscar un tema conceptual, narrativo o abstracto).
- b. Fuentes de información (recursos en línea, blogs sobre moda, revistas, bibliotecas, museos y galerías, el viaje, la arquitectura, el mundo natural, cine, teatro, música, la calle y la cultura juvenil, nuevas tecnologías, ética, etc.)
- c. Recopilación y organización de la información (*mood-boards*, *storyboards* y paneles temáticos)
- d. Dibujo/Representación de las ideas (técnicas)
- e. Silueta (influencias históricas y culturales, tendencias)
- f. Proporción, líneas, función y equilibrio (detalles)
- g. Color y tejido (dominar la terminología cromática y los tipos de fibras)
- h. El diseño (estampados y adornos)
- i. Definición de la colección (bocetos, plantillas)
- j. Portfolio
- k. Presentación de las propuestas
- l. Prototipos sobre maniquí (*toile*)

## **2.2. Ready-to-wear o «listo para ponérselo»**

Hasta la mitad del siglo XX la industria textil española tenía su base en dos ciudades catalanas: Sabadell y Tarrasa. Zonas que contaban con una tradición histórica en materias de confección. Sin embargo la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea en 1986 propició la apertura del mercado español hacia otras industrias de moda europeas como la italiana o la francesa, mucho más avanzadas en procesos de fabricación y técnicas de desarrollo. Este hecho marcó un hito en la estructura económica de la moda nacional abriendo la posibilidad de competir en un mercado extranjero. Resulta lógico que las

empresas mejor preparadas sobrevivieran a este acontecimiento y fueran escalando posiciones en la carrera de la moda internacional<sup>23</sup>.

En España, los sesenta alcanzaron una dimensión cultural espectacular que podemos definir en tres términos: juventud, cambio, contestación<sup>24</sup>. Fue el momento en que nació una potente clase media ligada a la evolución del nivel de vida. Una generación que podía viajar y estudiar fuera del país. Para la historia de la indumentaria, también fue un momento clave; un cambio de rumbo. Hasta ese momento, la vestimenta era confeccionada a medida por dos figuras: la modista y el sastre. El fenómeno de la alta costura española fue de largo alcance y tuvo repercusión en los nuevos modelos de confección. La silueta que estaba a punto de abandonar Balenciaga, arquitectónica y futurista, entró en decadencia, y los cambios sociológicos y económicos contribuyeron a que el concepto *ready-to-wear* o «listo para ponérselo»<sup>25</sup> se alzara como modelo dominante de la moda por menos dinero<sup>26</sup>.

Pero, ¿qué es técnicamente el *ready-to-wear*? El concepto «listo para ponérselo» se caracteriza fundamentalmente por la ausencia de la costura hecha a medida. La diferencia más radical con la alta costura, es que las prendas que el consumidor puede elegir libremente, no están hechas a medida, sino que adquiere la talla que más o menos se adapte a sí mismo. Se trata, sencillamente, del proceso de mecanización de la confección. En el marco del *fashion design*, los productos de alta confección no son exactamente producción industrial. Significa que para su fabricación se han tomado «medidas estándares» pero ofrecen unos niveles de calidad y diseño elevados. Esta moda puede ser

---

<sup>23</sup> V.V. A.A. 2003. *España de Moda*. Artec. Segovia: 35

<sup>24</sup> GAVARRÓN, L. 2007. Modas recientes (1960-...). Una sinopsis/crónica apresurada. *Revista Indumenta del Museo del Traje* (0), pp. 135-146. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/mtraje/dms/museos/mtraje/biblioteca/publicaciones/publicaciones-periodicas/indumenta/indumenta-0/Indumenta00-14-LGC.pdf>

<sup>25</sup> La expresión inglesa prima sobre la traducción literal francesa por ser el término original mientras que la española es una posibilidad abierta.

<sup>26</sup> La verdadera falla fue el impuesto de lujo sobre la alta costura que impuso el Ministerio de Hacienda y que acabó con un estilo de vida para dar paso a otro más popular.

presentada en cualquiera de las semanas mundiales que se celebran dos veces al año en Nueva York, Londres, Milán y París.

El turismo y la influencia de los medios favorecieron la renovación de la oferta estilística en lo que respecta a la moda. En los setenta, Berhanyer depura las formas geométricas y estructuradas de la silueta anterior experimentando con efectos ópticos. Pertegaz descubre nuevos accesorios que incorpora a su línea refinada tan admirada por los compradores americanos.



2.2.1. Figura: Uniforme de vuelo de Iberia. 1973. Elio Berhanyer.



2.2.2. Figura: Vestido en *pallettes* de plata, cinta en raso de seda rosa. Colección primavera-verano años 70.

Paralelamente, la alta confección continuó generando nombres como José María Fillol, diseñador encargado del proceso creativo netamente español para el grupo *Moda del Sol* (1963-2008), primera marca de *ready-to-wear* en España y promotor del estilo joven, aniñado y alegre en el que la combinación de colores

jugaba un papel básico. Las nuevas propuestas de estos pioneros en organizar pasarelas fueron la minifalda y la introducción de materiales inéditos<sup>27</sup>.

La firma de lujo *Loewe* se estrenaba como marca en la indumentaria. Los futuros motores del despegue del *Made in Spain* afinaban el proceso de creación dejándose influir por distintas fuentes de inspiración y recopilando *inputs* para desarrollar ideas. Así, tanto diseñadores nacionales e internacionales trataron de recuperar las raíces étnicas o folclóricas de la cultura española.

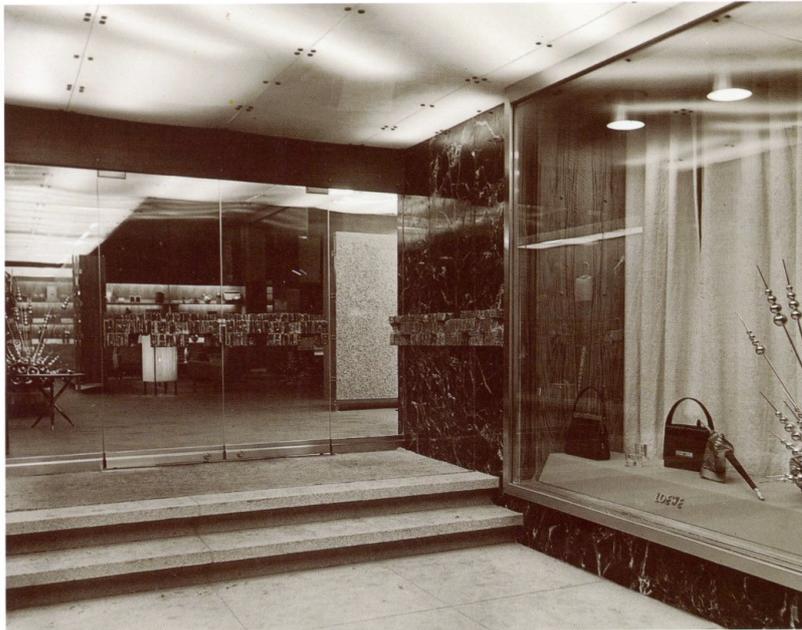


2.2.3. Figura: Abrigo. Manuel Piña, 1983 Inspiración: Payesas de Ibiza.



2.2.4. Figura: Vestido de noche *Polka Dots Dress*, Carolina Herrera primavera/verano 1986. Inspiración: Julio Romero de Torres «Pastora Imperio, 1922».

<sup>27</sup> ¿Te acuerdas? - Pioneros del Prêt-à-porter español. 2012. [Video]. Madrid: RTVE. Moda del Sol [consulta: 12 junio 2017]- 2 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/te-acuerdas/acuerdas-pioneros-del-pret-porter-espanol/1415562/>



2.2.5. Figura: Tienda de la calle Serrano de Madrid. 1959.

LOEWE. 1995. LOEWE, 1846-1996. Madrid.



2.2.6. Figura: Conjunto de dos piezas en napa roja. Loewe. Colección primavera/verano 1979. LOEWE. 1995. LOEWE, 1846-1996. Madrid.



En España, con la muerte de Franco en 1975 se abre una época de nuevos conceptos. Aumenta la influencia de las tendencias externas, en especial, del cine. La movida madrileña fue un acontecimiento socio-cultural que conectaba con nuevas aspiraciones, circunstancias que favorecieron la moda-espectáculo. La fecha más o menos imprecisa, entre 1960 y 1975, es la que marcó el cambio radical que desplazó la creatividad de mano de los modistos a los gustos de la calle. En el periodo de posguerra, el país tenía una industria de la confección poco competitiva, ya que el régimen había favorecido las casas de moda y los oficios satélites. Pero los diseñadores de moda españoles, al igual que otros grupos de artistas y músicos, supieron ocupar su lugar en la cultura y el arte contemporáneo, proponiéndose como creadores de una estética distinta; la moderna. La juventud dominante, como el diseñador industrial y empresario Adolfo Domínguez, se animó a romper, a nivel técnico y estético, con los convencionalismos del «sistema oficial» de la moda.

Después de un largo periodo de dictadura, la década de 1980 en España, significó un antes y después en el mundo de la moda. Tuvo lugar un *boom* de la creatividad en el sector, beneficiado por la bonanza económica. Eran habituales, como síntoma de libertad, los foros culturales entre los que destacó *La Luna de Madrid*.



2.2.7. Figura: Ceesepe, *La Luna de Madrid*, abril 1984.

Había mucho afán por conocer, abrirse a ideas nuevas y evolucionar en muchos aspectos, entre ellos, a nivel moda. Después de la gran Movida, las autoridades vieron la oportunidad de proyectar la moda española de los diseñadores emergentes al exterior. Sin embargo, para los emprendedores de moda era muy difícil avanzar sin el respaldo de una sólida industria. En 1987, Agatha Ruiz de la Prada reconocía que no existía un tejido industrial nacional que apoyase a los diseñadores de moda, muchos de los cuales vieron truncado su futuro profesional por la posterior crisis económica. Según ella, en los años de la moda española, ni el país ni el público español estaban preparados para un proyecto tan ambicioso desde el punto de vista industrial y comercial.

En este contexto revolucionario, el Ministerio de Industria se mostró optimista frente al sector, que presentaba unas cifras dignas de apoyo<sup>28</sup>. Bajo el eslogan «*Moda de España, Vístela*»<sup>29</sup>, se puso en marcha un plan para promover el diseño y fabricación de moda reconocible como «española». Se trataba de ofrecer productos con alto valor añadido, aprovechando el potencial económico y social que demostraba la cantera. Sin embargo, los jóvenes diseñadores encontraron obstáculos para satisfacer las demandas de exportación por la producción limitada que daba de sí una industria en ciernes<sup>30</sup>. Esta iniciativa supuso un gran desafío para empresas y diseñadores cuyas opiniones, por otro lado, estaban muy divididas al respecto. El debate quedó abierto. Las vertientes más evidentes eran cómo hacer una oferta unificada altamente competitiva y dotar a la moda de España de un discurso que la explicara e integrara en el mundo de la cultura. Sea como fuere el movimiento de atención al fenómeno,

---

<sup>28</sup> Moda española. 1986. *AIC: Análisis e Investigaciones Culturales*. (29) oct.-dic., Madrid: Ministerio de Cultura, pp. 7-133. Esta revista presentó un informe desde el punto de vista de especialistas económicos, sociológicos y diseñadores para explicar el nuevo concepto de moda basado en creación y diseño.

<sup>29</sup> Este fue el primer intento de configurar la Marca España. La segunda campaña sería el Plan Global de la Moda, presentado en 2001 por el Gobierno del Partido Popular y la ACME.

<sup>30</sup> CASABLANCA MIGUELES, L. 2007. *La moda como disciplina artística en España. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores*. GARRIDO ROMÁN, M. (dir.) Tesis doctoral, Universidad de Granada. ISBN: 978-84-338-4328-9

por parte de los intelectuales, condujo a que la moda en palabras de Pereda «llegara por primera vez a la Universidad».<sup>31</sup> En esa ola no solo llegaron las escuelas de moda sino también las pasarelas, las revistas (*Marie Claire, Elle, Biba, Cosmopolitan*, en el exterior *Vogue*) las campañas institucionales, las tiendas de marca y la aventura internacional.

La libertad política no dejó indiferente a ningún colectivo social, a pesar de las desigualdades latentes. Con todo, la inmensa mayoría de la población, la base de la pirámide de población, se movía en otra onda, la de *Zara, Mango*, etc. De hecho, Gavarrón atribuye el mérito de la verdadera transformación de la calle a las opciones realistas y accesibles de la época. No cabe duda que la maquinaria industrial y la sofisticación de las estructuras de información han ayudado a acelerar, cada vez más, la estandarización y distribución de la moda.

Frente a la fabricación masiva, la alta confección de series cortas se incorporó al son del nuevo estilo de vida español. Esta opción de calidad vino acompañada del valor diseño-moda y la construcción de nombres propios, que supuso un cambio en los hábitos de consumo de la sociedad española, que se equiparaba a la europea y a la evolución de la moda americana. Esta generación bisagra sentía fascinación por la subcultura londinense, la música pop y las vanguardias artísticas, estrechamente relacionadas con las culturas juveniles.

Por otro lado, la reproducción en el arte es un rasgo contemporáneo que supone el cambio de paradigma de la obra única a la múltiple. Andy Warhol o Lichtenstein fueron los pioneros en numerar y firmar su obra gráfica. En este sentido, Pereda considera que hubo un paralelismo entre el paso del vestido único al traje seriado, con valor artístico, y advierte de la necesidad de un «lenguaje crítico coherente» por parte de teóricos desde la perspectiva de la singularidad de la moda de España, que ayudara a los creadores a explicar lo que hacían. En concreto de la especificidad que hace a nuestra moda diferente a las demás, es decir, «lo que hace que un traje sea moda frente a otros trajes». A esa falta de discurso intelectual se debe la elección del nombre como marca/

---

<sup>31</sup> PEREDA, R. M 1986. *Vestir en España*. Ediciones del Dragón. Madrid: 33.

imagen<sup>32</sup> de los primeros creadores. Una especie de firma para autenticar la prenda creada como obra de arte múltiple a modo de medio de comunicación entre diseñador y consumidor. Un claro identificador presente en las pasarelas donde el diseñador promociona la colección de cada temporada. Esa oportunidad de expresar lo que piensan fue el germen de un espectáculo planteado para seducir, sorprender y emocionar, en definitiva, para establecer relación entre prendas y concepto de diseño, pero raramente para vender<sup>33</sup>. El carácter teatral de las pasarelas causó dos grandes problemas al nuevo sistema y que afectó a muchos creadores españoles. El factor tiempo y la contradicción entre comercialización e imaginación creadora. Por ello, tuvieron que adaptar su labor a las necesidades de la industria.

El caso más claro de esta contradicción entre arte e industria fue Manuel Piña. El diseñador sintió limitada su libertad creativa al tener que adaptarse al gusto común y a los tiempos de la nueva forma de comercialización. También Pedro del Hierro. La transformación de la tarea del creador se hizo evidente cuando la formación en costura pasó a ser innecesaria alrededor de 1986 y pasó a ser la de un diseñador de estilos, entonces «la competición fue entre estilistas sin más»<sup>34</sup>. Hay autores que aseguran que la obra<sup>35</sup> de Piña es un reflejo de esta reflexión en torno al problema que enfrentaba el nuevo diseñador industrial. El continuo replantear el trabajo desde el inicio cada temporada, en septiembre para primavera-verano y en febrero para otoño-invierno. El diseñador de moda es hoy parte de un equipo creativo multidisciplinar donde no trabaja un solo protagonista sino como peones del proceso industrial productor del bajo coste.

---

<sup>32</sup> Los españoles buscaron nombres que sonaran a italiano o francés ya que un estudio confirmó que los productos españoles tenían peor imagen que los extranjeros.

<sup>33</sup> Roberto Verino, *funcionalidad urbana*. 2013. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 1 en. 2013 [consulta: 20 mayo 2016]- 26 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-roberto-verino-funcionalidad-urbana/1630816/>

<sup>34</sup> PEREDA, R. M 1986. *Op. cit.*: 91.

<sup>35</sup> Más información en el Museo Manuel Piña, que nace con el objetivo de mostrar y difundir la obra del diseñador manzanareño, una de las figuras más relevantes de la moda española desde finales de los 70 hasta principios de los 90 del pasado siglo.

Es posible que las líneas asequibles o moda de masas lleven al consumo pero también responden a la expansión de los mercados y la creciente oferta teniendo en cuenta las necesidades cotidianas, analizando la competencia y aplicando los nuevos avances en materia textil. Aunque parezca frívolo la «función básica de la moda es ofrecer al consumidor una temporada tras otra tendencias y estilos actualizados»<sup>36</sup> mientras que el diseñador autor activa su creatividad ajeno a las realidades del mundo cotidiano, y el producto final no siempre ofrece respuesta a las necesidades básicas del consumidor<sup>37</sup>.

Este carácter inmediato es típico del nuevo siglo, momento en que las imágenes visuales e interactivas han ganado importancia. Probablemente, las principales fuentes de inspiración para el diseñador son accesibles a través de los canales de los medios de comunicación y este acceso libre e inmediato a la información dificulta su labor de creación. El factor de la obsolescencia obliga al creador a ofrecer un mayor número de ideas nuevas cada ciclo. La cultura de la alta tecnología está suponiendo, sin lugar a dudas, una evolución del proceso creativo del diseñador de moda. Idealmente, se debe tender al equilibrio en la relación diseño-industria, es decir, un encuentro del artista creativo (diseñador) y el empresario materialista<sup>38</sup>.

El estilo propuesto por los hijos de la nueva estética trajo influencias de los años 50, cintura entallada, cadera estrecha pero marcada o cinturones anchos. Uno de los ilustradores que mejor representó la escena de la moda del momento fue el norteamericano Tony Viramontes, quien captó en sus obras el auge del culto al cuerpo y los accesorios. Es interesante comprobar que algunos diseñadores internacionales de gran repercusión se recrearon en la cultura española, tales como Christian Lacroix o Jean Paul-Gaultier quienes tuvieron

---

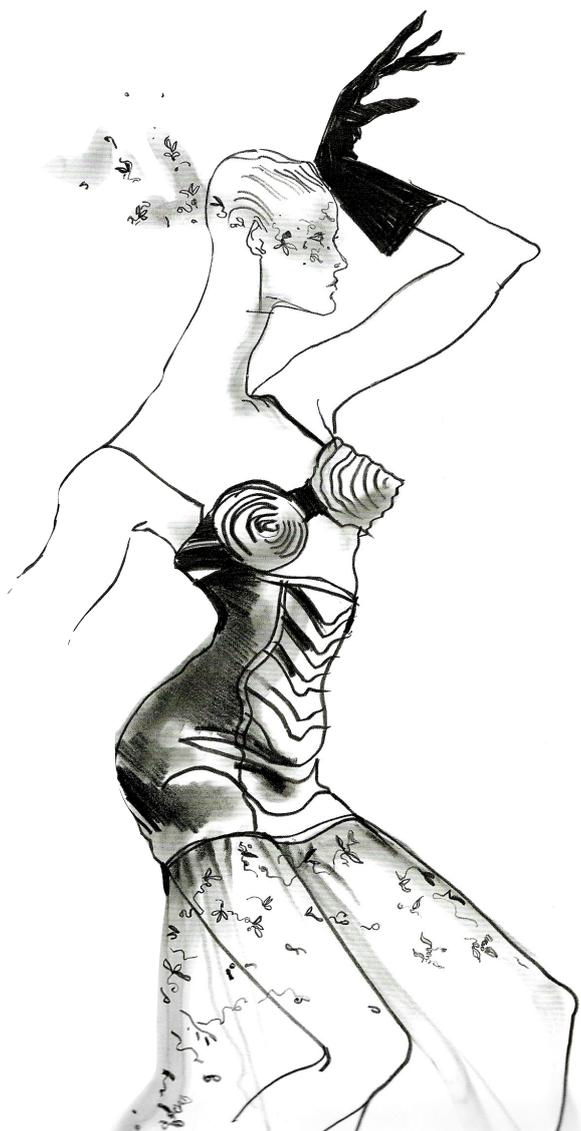
<sup>36</sup> MATHARU, G. 2011. *Op. cit.*: 6.

<sup>37</sup> Por ejemplo, los alumnos de BB.AA. estudian módulos de ergonomía y diseño de producto, los de diseño de moda, no. Véase *cuadro 6*: comparativo de conocimientos, en anexo.

<sup>38</sup> DONDIS, D.A. 2007. *La sintaxis de la imagen*. Introducción al alfabeto visual. Gustavo Gili. Barcelona: 192; Walter Gropius expresaba esta necesidad en sus comentarios de 1919 a los objetivos de la Bauhaus.

una fuerte inspiración de la cultura ibérica, tal y como demuestra el siguiente artículo publicado en 1985:

«Los fabricantes más potentes de Alemania Occidental y Japón que antes acudían a Milán en busca de diseño fresco, ahora vuelven sus ojos a España, y sobre todo a Barcelona, como fuente de inspiración»<sup>39</sup>.

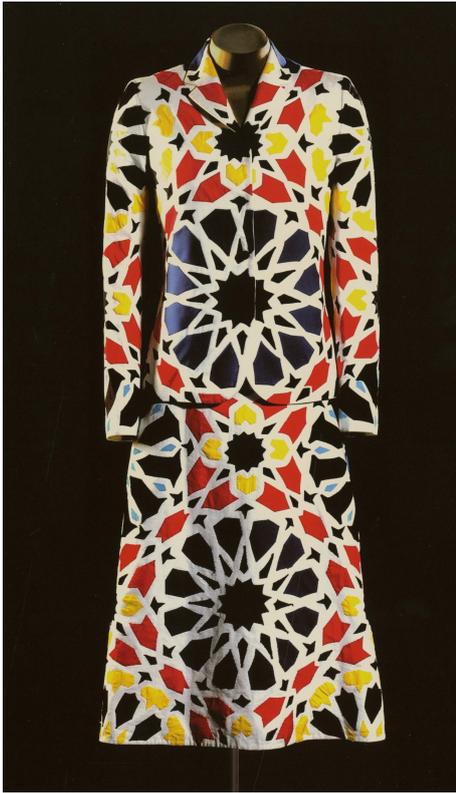


2.1.8. Figura: *Strike a pose*.  
Tony Viramontes, 1985.

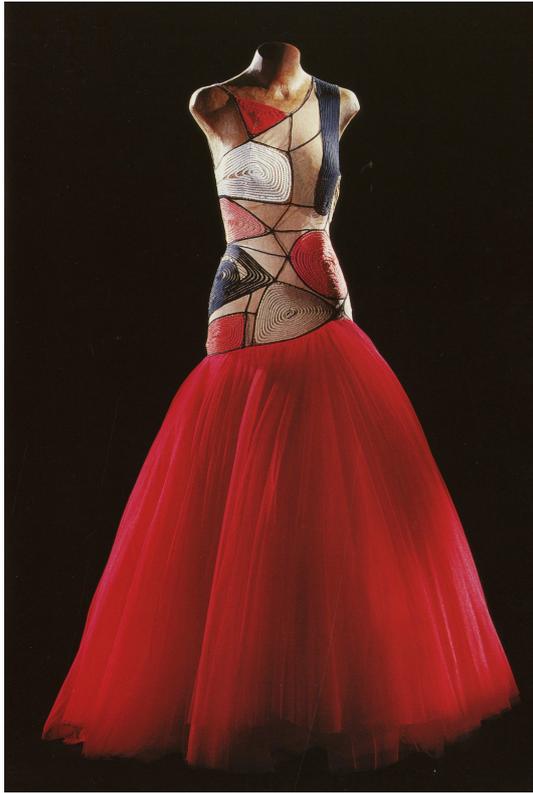


2.1.8.1. Figura: *YSL Rive Gauche*.  
Tony Viramontes, 1983.

<sup>39</sup> FIGUERAS, J. 2011. *Moda española: una historia de sueños y realidades*. 2.<sup>a</sup> ed. Ediciones Internacionales Universitarias. Madrid: 29.



2.2.9. Figura: Traje de chaqueta Utopía, 2001. Miguel Adrover. Inspiración: Lacerías andaluzas.



2.2.10. Figura: Vestido de noche, 2003. Jean-Paul Gaultier. Inspiración: Miró.



2.2.11. Figura: Vestido de noche, Espagnolade 1999. Jean-Paul Gaultier. Inspiración: Marià Fortuny i Marsal.



2.2.12. Figura: Bolso Castañuelas, 2001. Moschino. Inspiración: las castañuelas.

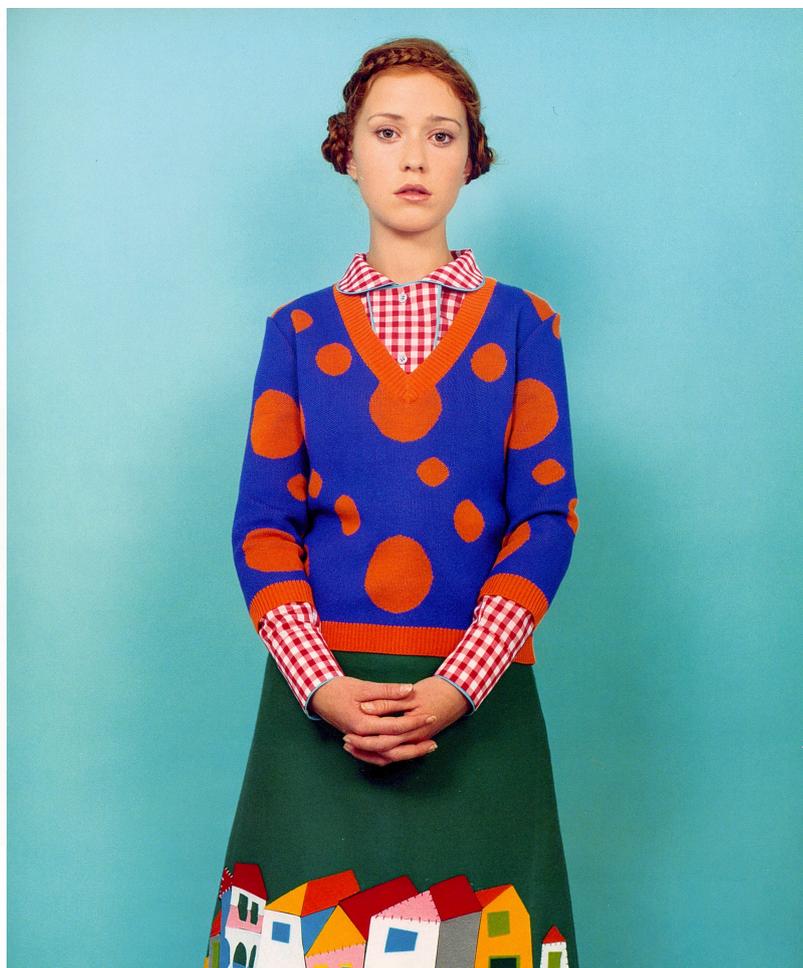


2.2.13. Figura: Vestido de noche, 2000. Sybilla, Inspirado en el Toro de Osborne. Fotografía de Roger Velázquez, 1982.

En los noventa el panorama cambió muy rápidamente. Si los setenta se caracterizan por la antimoda y los ochenta en lo formal del estilo *Armani*, este periodo fue el de la diversificación. El paso de una sola moda a muchas modas diferentes<sup>40</sup>. Influencias orientales, estilos reciclados, pero sobre todo, el éxito de las cadenas de distribución pronta moda. Los estilos se proponían cada vez más rápidos e imprevisibles, al tiempo que los diseñadores a favor del minimalismo, asomaban en el horizonte. El empresario Amancio Ortega consiguió colocar a España la nueva etiqueta de líder del sector.



2.2.14. Figura: Vestido drapeado de Jesús del Pozo. Colección otoño-invierno 1989/1990.



2.2.15. Figura: Hand made. Colección La Casita de Wendy 2002. Fotografía de Ramiro E.

<sup>40</sup> PEREDA, R. M 1986. *Op. cit.*: 19.

Con todo, la etapa inicial de la alta confección española proporcionó unos estándares de calidad, estilo, diseño y concepto elevados. En la actualidad, la ropa destinada al consumo masivo no se considera alta confección sino moda de masas o fabricación continuada. Se presenta vanguardista a un precio inferior. El motivo es que la calidad de los materiales es menor e intervienen otros factores como el coste de la mano de obra. Los minoristas son cada vez más competitivos siendo capaces de rotar producto cada semana. *Inditex* por ejemplo, en cuatro semanas consigue pasar del boceto inicial a prendas colgadas en tienda. *Mango*, *Desigual*, *Sfera*<sup>41</sup> o el grupo *Cortefiel* también disponen de una infraestructura de fabricación y distribución altamente sofisticada a gran escala. La globalización no supuso un problema para estos grandes grupos de distribución. Se han dividido la oferta en varios sectores para garantizar un su dinamismo. Los departamentos de diseño de los hipermercados cuyo proceso consiste en adaptar tendencias, ofrecen piezas de ropa y accesorios también muy asequibles<sup>42</sup> por lo que buscan estrategias nuevas cada vez. Y por si fuera poco, se avecina un cambio de paradigma en los espacios de comercialización de marcas de lujo, fundamentado en el márketing de experiencias en plena ebullición del *Net-a-porter*.

2.2.16. Figura: «SHOP AT MANGO.COM». Kate Moss imagen de la campaña primavera/verano 2012 de MANGO.



<sup>41</sup> BADÍA, E. 2008. *Zara y sus hermanas*. LID. Madrid: 195: La cadena *Sfera* que pertenece al grupo de grandes almacenes de El Corte Inglés es capaz de diseñar, producir y vender sus productos sin intermediarios. Introduce nuevos modelos cada dos semanas.

<sup>42</sup> MATHARU, G. 2011. *Op. cit.*: 76.

### 3. CAPÍTULO II. PROCESO DE CREACIÓN EN ESPAÑA (1960-2010):

#### *Corpus de diseñadores*

Tras haber dado contexto a la evolución del proceso de industrialización de la moda, década a década desde los años sesenta, reunimos un *corpus* de creadores del periodo comprendido entre 1960 y 2010. Debemos hacer hincapié en que el método de estudio consistió en un procedimiento extensivo de recopilación de datos a partir de las obras de esa selección de diseñadores representativos del sistema moda español. Esto quiere decir que no se ha estudiado intensivamente un número concreto de casos, sino que se ha buscado la manera de proporcionar una visión amplia del fenómeno, abarcando el máximo número de casos significativos del paradigma de la reproducción en España.

En primer lugar se identificaron los nombres esenciales de moda España en el periodo señalado<sup>43</sup>. Dicho de otra manera, del grupo de diseñadores de la **etapa inicial** de la alta confección (los 60 y 70). Tomamos aquellos maestros que, habiendo consolidado su marca en décadas anteriores, continuaron su carrera hasta comienzos del siglo XXI: Manuel Pertegaz y Eliseo Berenguer ¿Dónde colocamos la línea de corte? En aquellos creadores que pertenecieron a la «edad de oro» de la moda española como Pedro Rodríguez, Asunción Bastida, Andrés Andreu, Vargas Ochagavía, Lino o Juanjo Rocafort.

Entre los pioneros de los nuevos tiempos del *ready-to-wear* y la Movida madrileña (los 70 y 80) sobresalen desde tres puntos diferentes de la geografía española: la escuela gallega, madrileña y de Barcelona, los nombres Adolfo Domínguez, Jesús del Pozo y Antonio Miró, respectivamente. A ellos hay que sumar *Loewe* y los diseñadores Antonio Pernas, Manuel Piña, Roberto Mariño, Kina Fernández, Pedro del Hierro, Francis Montesinos, Víctor Rodríguez y José Luis Medina (*Victorio & Lucchino*), Roberto Torretta, Purificación García,

---

<sup>43</sup> Acorde a la segmentación que hace el Museo del Traje de Madrid en su itinerario expositivo y a otras clasificaciones relevantes como la que Lucía Cordeiro propone en 2012 para la exposición «La moda es sueño. 25 años de talento español» en el Museo Cerralbo de Madrid.

Antonio Alvarado, Custodio Dalmau, Ágatha Ruiz de la Prada y Sybilla Sorondo<sup>44</sup>.

De los tiempos actuales y **moda de pasarela** (los 90) son considerados descendientes de la confección en serie Lluís Juste de Nin (*Armand Basi*), Ángel Schlessler, Miguel Palacio, Modesto Lomba y José Luís (*Devota & Lomba*), Teresa Helbig, Fernando Lemoniez, Josep Font, Miguel Adrover, Hannibal Laguna, Felipe Varela, Iñaki y Aitor Muñoz (*Ailanto*), Juan Duyos, Miriam Ocáriz, Lydia Delgado y Amaya Arzuaga.

Y sucesores (década de 2000) a Ana González, David Domínguez (*David Delfín*), Arnaud Maillard y Álvaro Castejón (*Alvarno*), José Castro, Juanjo Oliva, Iván Martínez e Inés Aguilar (*La casita de Wendy*), Miriam Ponsa, Carmen March, José Miró, Alma Aguilar, Juanjo Fiz, Mirella Miras, Maya Hansen, María Escoté y María Barros.

El criterio de ordenación de estos 55<sup>45</sup> casos fue el cronológico ascendente por fecha de nacimiento. Es interesante comprobar que las fechas que marcan los inicios profesionales de cada diseñador son correlativas a las de nacimiento, lo que nos permitió a golpe de vista ver quién acababa de empezar y quién llevaba tiempo en el negocio de la moda<sup>46</sup>.

Completamos la muestra con José María Fillol, diseñador de *Moda del Sol* – primera marca en España de *prêt-à-porter* – y seis nombres de pronta moda o cadenas minoristas: equipo creativo de *El Corte Inglés* (los 60), grupo *Inditex* (los 70) grupo *Cortefiel*, *Desigual* y *Mango* (los 80). Han sido empresas de fabricación y distribución capaces de ofrecer líneas asequibles a gran velocidad y, por tanto,

---

<sup>44</sup> Entre los padres hay indudablemente otros nombres casi diluidos como Andrés Andréu, Elena Benarroch, Roser Marcé, Pedro Morago, Margarita Nuez, Pepe Rubio, Nacho Ruiz, Paco Casado, David Valls, María Moreira, pero que permanecen en la memoria colectiva gracias a los museos.

<sup>45</sup> La necesidad de concretar un número razonable ha impedido que forme parte de este ensayo Elisa Amann, Jorge Vázquez, Elisa Palomino o Petro Valverde, y porque quizás requieren un punto de vista diferente.

<sup>46</sup> A excepción de Sybilla Sorondo que fue una emprendedora precoz. Su aportación a la moda española durante cuatro décadas ha sido ampliamente reconocida con los premios más prestigiosos del país.

han pasado a la historia con el sobrenombre de *fast-fashion* o «moda rápida». Los minoristas de moda disponen de equipos multidisciplinares dedicados al diseño<sup>47</sup> que en casi todos los casos estudiados, superan los 200 trabajadores.

Este nivel de organización no permitió, por propia coherencia, incluir firmas como *Pronovias* o *Rosa Clará*. La razón es que la investigación está enfocada hacia el segmento de la moda *ready-to-wear* que a su vez engloba las tipologías *líneas asequibles, ropa informal y deportiva, y moda de masas*.

Junto a estas consideraciones metodológicas, es importante saber que también fueron excluidos algunos creadores exclusivamente de moda masculina, joyería, lencería o baño, por acotar el terreno y porque el mundo de la moda aún significa mujer<sup>48</sup> como Josep Abril, Roberto Etxeberria, Chus Burés, Tontón Comella, Guillermina Baeza, Andrés Sardá o Dolores Cortés.

Se planteó un *cuadro* como herramienta para filtrar conocimientos sobre campos comunes a cada diseñador, no para englobar todo el saber sino los nudos cruciales que permitiesen articular los puntos de vista disjuntos.

Las variables que conforman la tabla en el eje de las columnas fueron:

- ✓ **Diseñador/creador:** nombre y primer apellido, lugar de nacimiento, fecha de nacimiento-muerte y reconocimientos a su trayectoria profesional. Se refiere a los vendedores al detalle como «Equipo creativo».
- ✓ **Nacimiento:** año en cuatro dígitos (orden cronológico ascendente).
- ✓ **Formación:** autodidacta o titulación académica y centro docente.
- ✓ **Inicios:** por décadas, desde 1960 a 2000 y año de cese.
- ✓ **Tipología:** *ready-to-wear*, *semicostura*<sup>49</sup> o *pronta moda*.
- ✓ **Marcas:** firmas comerciales (en mayúscula).

---

<sup>47</sup> La edad media del trabajador de MANGO es inferior a 30 años. Con ello, sus líderes se aseguran de estar ofreciendo lo último en tendencias.

<sup>48</sup> Lucía Cordeiro ve que ese puede ser el motivo por el que se relaciona con lo frívolo o superficial, llegando en algunos países a ser menospreciado.

<sup>49</sup> La *semicostura* es lo mismo que el *prêt-à-couture*, una fórmula que combina la alta costura con la producción industrial.

- ✓ **Materiales:** principales tejidos y materiales.
- ✓ **Estilo:** adjetivos que pueden definir la personalidad de la marca.
- ✓ **Hitos:** acontecimientos relevantes en la trayectoria del diseñador/  
creador/marca.\*
- ✓ **Otros datos:** información complementaria.\*

\*(J Yf en el capítulo Anexo).

Esta taxonomía ha sido pensada para proporcionar un esquema de la secuencia de los procesos creativos de cada diseñador/creador de moda, de manera que al final obtuviésemos el siguiente *corpus*.

1. Cuadro: principales diseñadores/creadores españoles de ready-to-wear (1960-2010)

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<p><b>Manuel Pertegaz</b> Teruel, 1918 - Barcelona, 2014</p> <p><i>1954 Óscar de la Costura de la Universidad de Harvard</i> <i>1994 Medalla del Fomento de las Artes Decorativas de Barcelona</i> <i>1999 Medalla de Oro de Antonio Gaudí y Medalla de Oro al Mérito de las Bellas Artes</i> <i>2004 Aguja de Oro</i> <i>2009 Premio Nacional de Diseño de Moda</i></p>	1918	Autodidacta Sastrería Angulo	Década de 1960	Ready-to-wear	PERTEGAZ PERTEGAZ BOUTIQUE	Tejidos clásicos y nobles	Elegante Refinado Exclusivo Francés
<p><b>Eliseo Berenguer</b> Córdoba, 1929</p> <p><i>2002 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> <i>2009 Dedal de Oro Premio Honorífico</i> <i>2011 Premio Nacional de Diseño de Moda</i></p>	1929	Dibujante Autodidacta	Década de 1960 hasta 2010	Ready-to-wear	ELIO BERHANYER «EB»	Tejidos naturales	Elegante Depurado Estructurado Bicolor
<p><b>Equipo creativo de El Corte Inglés</b> Madrid, 1940</p>	1940	Empresario Ramón Areces Rodríguez (Asturias, 1904) <b>Aprendiz en los almacenes El Encanto de La Habana, Cuba</b> (el gerente era su tío, César Rodríguez González)	Década de 1960	Pronta moda Ready-to-wear	SFERA ZENDRA, EASY WEAR, SÍNTESIS, SOUTHERN COTTON, AMITIÉ, YERA, TINTORETTO, LLOYD'S, FÓRMULA JOVEN, STUDIO CLASSICS, GREEN COAST, ESSENTIALS, ÉNFASIS, GLORIA ORTIZ, ELOGY	Tejidos naturales y sintéticos	Funcional Urbano Contemporáneo
<p><b>Enrique Loewe Lynch</b> Madrid, 1941</p> <p><i>1988 Aguja de oro</i> <i>2002 Medalla de Oro al Mérito de las Bellas Artes a la Fundación</i> <i>2013 Medalla al Mérito en el Comercio</i></p>	1941	Ciencias Económicas <b>Universidad Complutense de Madrid</b>	Década de 1970	Ready-to-wear Semicostura	LOEWE	Cuero Tejidos naturales y sintéticos	Artesanal Lujo Español
<p><b>Antonio Pernas</b> A Coruña, 1944</p> <p><i>Medalla Castelao en reconocimiento a su labor como empresario textil</i></p>	1944	Tradición familiar: industria textil de uniformes Ingeniería de Montes <b>Universidad Politécnica de Madrid</b>	Década de 1980 hasta 2005	Ready-to-wear	ANTONIO PERNAS NOW BY MARÍA FREYRE	Tejidos naturales	Minimalista Sobrio
<p><b>Manuel Piña</b> Ciudad Real, 1944 - 1994</p> <p><i>2007 Nace el Museo Manuel Piña para difundir la obra del diseñador</i></p>	1944	Vendedor en tiendas de moda Responsable taller de punto en Madrid Autodidacta	Década de 1970 hasta 1990	Ready-to-wear	MANUEL PIÑA	Punto Telas naturales Seda Metal Plástico	Femenino Renovado Artesanal
<p><b>Equipo creativo del Grupo Cortefiel</b> Madrid, 1945</p>	1945	Tradición familiar: mercería (familia Hinojosa)	Década de 1980	Pronta moda	PEDRO DEL HIERRO DON ALGODÓN WOMEN'S SECRET MILANO DOUGLAS SPRINGFIELD FIFTY FACTORY	Tejidos naturales y sintéticos (optando por materias primas recicladas. Código de conducta del Grupo Cortefiel)	Asequible Urbano Juvenil Contemporáneo

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<b>Lluís Juste de Nin</b> Barcelona, 1945  <i>2003 Medalla Antoni Gaudí de la Generalitat de Catalunya por su trayectoria en el mundo de la moda</i>	<b>1945</b>	Química y Bellas Artes (Lycée Français)	Década de 1990 hasta 2007	Ready-to-wear	ARMAND BASI ARMAND BASI HOMEWEAR ARMAND BASI JEWELRY BY BASI	Tejidos naturales	Informal Urbano Sencillo Sobrio
<b>Roberto Mariño</b> Orense, 1945  <i>1992 Aguja de Oro 2008 Medalla de Oro de las Bellas Artes</i>	<b>1945</b>	Tradición familiar: curtido y confección de la piel Licenciatura en Bellas Artes en París	Década de 1980	Ready-to-wear	ROBERTO VERINO RV2 (Diseñadores noveles)	Tejidos nobles Lino	Funcional Urbano Atemporal Sencillo
<b>Jesús del Pozo</b> Madrid, 1946 - 2011  <i>1982 Aguja de Oro a la mejor colección Internacional del año 1989 Premio Cristóbal Balenciaga al mejor diseñador español 1998 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i>	<b>1946</b>	Tradición familiar: cestería Ingeniería industrial sin finalizar Decoración de Interiores	Década de 1980 hasta 2011	Ready-to-wear	JESÚS DEL POZO JESÚS DEL POZO JUNIOR	Tejidos rústicos y naturales	Geométrico Sutil Refinado Femenino Seductor
<b>Antonio Miró</b> Barcelona, 1947  <i>1987 Premio Cristóbal Balenciaga al mejor diseñador 2003 Medalla Antoni Gaudí y Premio Moda Barcelona de la Pasarela Gaudí</i>	<b>1947</b>	Tradición familiar: sastrería clásica Liceo francés Sastrería <b>Escuela Técnica de Barcelona</b>	Década de 1970 hasta 2008	Ready-to-wear	ANTONIO MIRÓ MIRÓ JEANS	Tejidos naturales y totalmente ecológicos	Sobrio Depurado Práctico
<b>Kina Fernández</b> Orense, 1947  <i>1995 Premio de La Asociación española de Importadores y Distribuidores de Moda Premio Galicia en Femenino de Creación de la Xunta de Galicia</i>	<b>1947</b>	Se formó en París Trabajó en empresa de bolsos y moda	Década de 1980	Ready-to-wear	KINA FERNÁNDEZ KLUB KINA DIFUSIÓN	Tejidos clásicos livianos y fluidos	Elegante Clásico Refinado Funcional Discreto
<b>Pedro del Hierro</b> Madrid, 1948 - 2015  <i>2001 Alfiler de Oro de la Pasarela Costa del Sol 2002 Master Andalucía por su trayectoria en el mundo de la moda 2003 Nombrado miembro de honor del Círculo de Escritores de la Moda</i>	<b>1948</b>	Hijo de Catedrático de Bellas Artes y reconocido pintor Bellas Artes y Moda, destacado dibujante <b>Ateneo Politécnico de Madrid</b>	Década de 1970 hasta 2011	Ready-to-wear Semicostura	PEDRO DEL HIERRO «PdH»	Fusión de tejidos	Contemporáneo Innovador Geométrico/ Arquitectónico Neorromántico Colorista
<b>Adolfo Domínguez</b> Orense, 1950  <i>1997 Premio Aguja de Oro del Ministerio de Cultura de España 2012 Dedal de Oro al Mejor Diseñador</i>	<b>1950</b>	Tradición familiar: sastrería clásica Licenciatura en Filosofía y Letras <b>Universidad de Santiago de Compostela, Galicia</b> Estética y cinematografía <b>Universidad de Vincennes, París</b>	Década de 1970	Ready-to-wear	ADOLFO DOMÍNGUEZ «AD» U ADOLFO DOMÍNGUEZ	Tejidos naturales y ecológicos Lino	Funcional Sencillo

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<b>Francisco Montesinos</b> Valencia, 1950  1984 <i>Aguja de Oro</i> 2001 y 2004 <i>Premio de las Artes Escénicas al mejor vestuario</i> 2006 <i>Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> 2009 <i>Dedal de Oro al mejor diseñador</i>	1950	Tradición familiar: industria Interiorismo y Diseño <b>Escuela de Artes y Oficios de Valencia</b>	Década de 1970	Ready-to-wear	MONTESINOS ALAMA FRANCIS MONTESINOS	Mezcla de tejidos y materiales Punto	Juvenil Transgresor Barroco Romántico Español
<b>Víctor Rodríguez y José Luis Medina</b> Córdoba, 1950 y Sevilla, 1954 sc.  2004 <i>Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> 2013 <i>Dedal de Oro Premio Honorífico</i>	1950	Equipo de diseño de la empresa <i>Disart</i>	Década de 1980 hasta 2012	Ready-to-wear Semicostura	VICTORIO & LUCCHINO V&L JUNIOR	Tejidos clásicos y fusión de materiales Encaje Fleco Plumas Gasas Flores	Colorista Folklórico Imaginativo Atemporal Ornamental Tradicional
<b>Roberto Torretta</b> Buenos Aires, 1950  2002 <i>Alfiler de Oro concedido por Fermoda</i> 2016 <i>Premio Nacional de La Moda</i>	1950		Década de 1980	Ready-to-wear Semicostura	SNIF SNIF MAGLIA SNIF CUERO ROBERTO TORRETTA GOOD YEAR BY ROBERTO TORRETTA RT BY ROBERTO TORRETTA	Tejidos naturales Cuero Algodón	Urbano Sobrio Femenino Funcional
<b>Purificación García</b> Orense, 1955  2015 <i>Dedal de Oro Premio a la Mejor Diseñadora</i>	1955	Empresa textil en Montevideo Peletería en Canadá	Década de 1980	Ready-to-wear	PURIFICACIÓN GARCÍA	Tejidos naturales y técnicos Punto	Minimalista Urbano Clásico Funcional
<b>Antonio Alvarado</b> Alicante, 1956  1987 <i>Premio al Mejor Diseñador del Avantgarde en Múnich</i>	1956	Tradición familiar: sector calzado Autodidacta	Década de 1980 hasta 2012	Ready-to-wear	ANTONIO ALVARADO ALVIO&CO	Todo tipo de materiales y tejidos Viscosa, lana, algodón, acetato, otomán, lino, pieles sintéticas, rafia, popelín elástico, etc.	Urbano Punk Neorromántico Rupturista
<b>Custodio y David Dalmau</b> Barcelona, 1959  2009 <i>Galardón Mejor marca de España por la Asociación de Creadores de Moda de España</i>	1959	Licenciatura en Arquitectura sin finalizar Diseño gráfico para grupo industrial español catalán	Década de 1980	Ready-to-wear	CUSTO LINE CUSTO BARCELONA	Grafismos y técnicas de impresión Fusión de tejidos	Ecléctico Colorista Singular
<b>Ágatha Ruiz de la Prada</b> Madrid, 1960  2008 <i>Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> 2011 <i>Premio «Lorenzo il Magnifico» de la Bienal Internacional de Arte Contemporáneo de Florencia</i> 2013 <i>Dedal de Oro a la Mejor diseñadora</i>	1960	Tradición familiar: coleccionismo de arte Ayudante estudio de diseño de Pepe Rubio <b>Escuela de Artes y Técnicas de la Moda de Barcelona</b>	Década de 1980	Ready-to-wear	ÁGATHA RUIZ DE LA PRADA	Tejidos naturales y técnicos o reciclados	Singular Colorista Geométrico Conceptual Atemporal Escultural Rupturista
<b>Ángel Schlessler</b> Santander, 1960	1960	Licenciatura en Derecho Aprendiz del modisto Juan Rufete	Década de 1990	Ready-to-wear	ÁNGEL SCHLESSER ÁNGEL SCHLESSER CASA	Tejidos naturales y experimentales	Minimalista Funcional Discreto Elegante

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<b>Miguel Palacio</b> San Sebastián, 1962	1962	Licenciatura en Derecho sin finalizar En París adquiere conocimiento más exhaustivo del universo de la moda	Década de 1990	Ready-to-wear Semicostura	PALACIO & LEMONIEZ MIGUEL PALACIO NOVIAS MIGUEL PALACIO	Tejidos nobles	Moderno Urbano Sobrio Depurado
<b>Modesto Lomba y José Luis Devota</b> Vitoria, 1962 y Argentina, 1962 - 1993 sc.  <i>1988 Premio «Ama el diseño joven»</i> <i>1989 Premio Cristóbal Balenciaga a los mejores diseñadores noveles</i>	1962	<b>Modesto</b> Sastrería clásica Patronaje Industrial y Sastrería en Barcelona <b>José Luis</b> Licenciado en Arquitectura	Década de 1990 hasta 2012	Ready-to-wear	DEVOTA & LOMBA DEVOTA & LOMBA ESTUDIO	Charol Metacrílico Madera Seda Algodón Lana	Funcional Conceptual Urbano Femenino Geométrico
<b>Moda del Sol</b> Barcelona	1963	Grupo de empresarios textiles Diseñador <b>José María Fillol. Islas Baleares</b> Colegio de España <b>Cité Universitaire de París</b>	Década de 1960 Hasta 1989	Ready-to-wear (pioneros)	MODA DEL SOL	Todo tipo de materiales y tejidos	Funcional
<b>Sybilla Sorondo</b> Nueva York, 1963  <i>1987 Aguja de Oro</i> <i>Premio Balenciaga en la categoría de joven diseñador</i> <i>2014 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> <i>2015 Premio Nacional de Diseño de Moda</i>	1963	Taller de costura de Yves Saint Laurent	Década de 1980 Retoma la moda en 2015	Ready-to-wear Semicostura	SYBILLA SYBILLA CASA SYBILLA NOCHE JOCOMOMOLA	Tejidos naturales	Singular Atemporal Sensual Geométrico Estructural Colorista Sofisticado Innovador Surrealista
<b>Teresa Helbig</b> Barcelona, 1963	1963	Tradición familiar: modistería Escaparartista Autodidacta	Década de 2000	Ready-to-wear Semicostura	TERESA HELBIG	Tejidos clásicos	Exclusivo Clásico Femenino
<b>Fernando Lemoniez</b> San Sebastián, 1964	1964	Autodidacta Curso de perfeccionamiento en YVES SAINT LAURENT	Década de 1990	Ready-to-wear	PALACIO & LEMONIEZ LEMONIEZ LEMONIEZ LUNETTES SEÑORITA LEMONIEZ	Contraste de tejidos nobles con metalizados, plumas y pelo	Depurado Seductor Luminoso
<b>Josep Font</b> Barcelona, 1965  <i>1988 y 1989 finalista del Premio Cristóbal Balenciaga</i> <i>2014 Premio Nacional de Diseño</i>	1965	Licenciatura en Arquitectura sin finalizar <b>Universidad Politécnica de Cataluña</b> Diseño y Patronaje <b>Instituto Internacional Feli, Felicidad Duce de Barcelona</b>	Década de 1990	Ready-to-wear Semicostura	MAPA-MUNDI JOSEP FONT DELPOZO	Tejidos tradicionales	Puro Arquitectónico Orgánico Suntuoso
<b>Miguel Adrover</b> Mallorca, 1965	1965	Autodidacta	Década de 1990 hasta 2013	Ready-to-wear	DUGG MIGUELADROVER	Tejidos naturales	Atípico Rupturista Neorromántico
<b>Hannibal Laguna</b> Venezuela, 1967  <i>2014 Dedal de Oro al Mejor Diseñador</i>	1967	Tradición familiar: industria textil Sastrería en Milán	Década de 1990	Ready-to-wear Semicostura	HANNIBAL LAGUNA	Tejidos clásicos, fusión con elementos de costura	Femenino Sofisticado
<b>Felipe Varela</b> Madrid, 1968	1968	Diseño y patronaje <b>Escuela Internacional de diseño Esmold de París</b> Curso de textil, costura y marketing <b>Instituto Francés de la Moda (IFM)</b>	Década de 1990	Ready-to-wear Semicostura	FELIPE VARELA	Tejidos clásicos, fusión con elementos de costura	Elegante Extravagante Seductor

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<b>Iñaki y Aitor Muñoz</b> Bilbao, 1968	<b>1968</b>	Licenciatura en Bellas Artes <b>Universidad Central de Barcelona</b> Paisajismo Diseño de Moda <b>Institución Artística de Enseñanza de Madrid IADE</b>	Década de 1990	Ready-to-wear	AILANTO	Tejidos naturales (lino, lana, seda)	Colorista Retro
<b>Juan Duyos</b> Madrid, 1968	<b>1968</b>	Taller MANUEL PIÑA Licenciatura en Bellas Artes sin finalizar	Década de 1990	Ready-to-wear	DUYOS & PANIAGUA DUYOS DUYOS VISTA FANDE DUYOS	Tejidos clásicos y naturales	Singular Clásico Sobrio
<b>Miriam Ocáriz</b> Bilbao, 1968	<b>1968</b>	Licenciatura en Bellas Artes <b>Universidad del País Vasco</b> Diseño de Moda <b>Escuela Internacional de Diseño y Moda Lanca de Bilbao</b>	Década de 1990 hasta 2015	Ready-to-wear	MIRIAM OCÁRIZ	Serigrafía y pintura en directo Mezcla de tejidos	Funcional Colorista Vanguardista Romántico
<b>Lydia Delgado</b> Barcelona, 1968  <i>Premio de la FIDEM Medalla de Oro Antoni Gaudí</i>	<b>1968</b>	Bailarina del Ballet del Teatro del Liceo de Barcelona Autodidacta	Década de 1990	Ready-to-wear Semicostura	LYDIA DELGADO LYDIA DELGADO NOVIAS	Tejidos nobles	Sobrio Monocromático Femenino
<b>Amaya Arzuaga</b> Burgos, 1970  <i>2005 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes 2013 Premio Nacional de Diseño de Moda</i>	<b>1970</b>	Tradición familiar: fábrica de punto <i>Lerma</i> Diseño de Moda <b>Centro Superior de Diseño y Moda de Madrid</b>	Década de 1990	Ready-to-wear	AMAYA ARZUAGA AMAYA ARZUAGA HOMBRE	Tejidos efectistas Punto	Arquitectónico Estructurado Singular
<b>Ana González</b> Toledo, 1970	<b>1970</b>	Tradición familiar modista Licenciatura en Bellas Artes en Madrid	Década de 2000	Ready-to-wear	LOCKING SHOCKING ANA LOCKING	Experimentación con tejidos clásicos pero con acabados vanguardistas Lana Algodón Neopreno Lurex	Conceptual Seductor Extravagante
<b>David Domínguez</b> Málaga, 1970 - Madrid, 2017  <i>2016 Premio Nacional de Diseño de Moda</i>	<b>1970</b>	Pintor y actor Autodidacta	Década de 2000 hasta 2017	Ready-to-wear	DAVIDELFÍN	Materiales y tejidos poco comunes (papel, lienzo, madera, cartón) tradicionales (lana) y técnicos o médicos (latex, vendas)	Transgresor Antagonista
<b>Arnaud Maillard y Álvaro Castejón</b> Dijon y Pamplona, 1971 sc.	<b>1971</b>	ARNAUD <b>l'École de la Chambre Syndicale de la Couture</b> de París. Prácticas departamento de prensa de Karl Lagerfeld 1990-97 2006-07 Director artístico de SYBILLA ÁLVARO Ingeniería en Pamplona Diseño de Moda <b>Fashion Institute of Technology de Nueva York</b> Prácticas con OSCAR DE LA RENTA 1999 Equipo creativo de GIVENCHY y MCQUEEN 2001 LAGERFELD GALLERY	Década de 2000	Ready-to-wear	ALVARNO	Tejidos clásicos, metalizados	Barroco Sofisticado

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<b>Equipo creativo del Grupo Inditex (Más de 200 diseñadores)</b> A Coruña, 1971  <i>2015 Premio Nacional de la moda</i>	<b>1971</b>	Camisería Gala Mercería La Maja (Amancio Ortega. León, 1936)	Década de 1970	Pronta moda	ZARA  PULL AND BEAR MASSIMO DUTTI BERSHKA STRADIVARIUS KIDDY'S CLASS OYSHO ZARA HOME UTERQÜE LEFTIES ZARA SPORT UNGENDERED	Tejidos naturales y sintéticos Algodón orgánico, TENCEL® Lyocell y algodón y poliéster reciclados (optando por materias primas más sostenibles. Memoria Anual 2015)	Asequible Moderno Funcional Informal Juvenil
<b>José Castro</b> Pontevedra, 1971  <i>2000 The Royal College of Art Society Prize</i> <i>Premio Barcelona es Moda al mejor profesional</i>	<b>1971</b>	Diseño y patronaje <b>Escuela de Artes y Técnicas de la Moda de Barcelona</b> BA Honors Fashion First Class <b>Winchester School of Art</b> MA Fashion Menswear <b>Royal College of Art de London</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	JOSÉ CASTRO	Fusión de tejidos	Sofisticado Extravagante Barroco
<b>Juanjo Oliva</b> Madrid, 1971	<b>1971</b>	Diseño de Moda (IADE de Madrid) Curso de ilustración (Parsons School of Design de Nueva York) Curso de patronaje asistido por ordenador Cursos de análisis textil e iniciación a la confección y de accesorización (Centro Superior de Diseño y Moda de Madrid)	Década de 2000	Ready-to-wear Semicostura	JUANJO OLIVA JUANJO OLIVA HOMBRE	Tejidos fluidos	Femenino Elegante Sofisticado Colorista
<b>Iván Martínez e Inés Aguilar</b> Madrid, 1972 y 1975 sc.	<b>1972</b>	Licenciatura en Arquitectura <b>Universidad Politécnica de Madrid</b> Licenciatura en Filosofía y Letras <b>Universidad Autónoma de Madrid</b> Diseño de moda <b>Instituto Europeo de Diseño de Madrid (IED)</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	LA CASITA DE WENDY	Tejidos naturales	Sencillo y limpio Atemporal Personal
<b>Miriam Ponsa</b> Barcelona, 1973  <i>2011 Premio 080 Barcelona Fashion a la mejor colección</i>	<b>1973</b>	Tradición industria textil Diseño de Moda <b>Southampton University de Reino Unido</b> Especialización en Diseño y Técnicas de Punto <b>Escuela de Ingenieros Textiles de Barcelona</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	MIRIAM PONSA	Fusión de tejidos y técnicas	Atemporal Aire industrial Minimalista Masculino
<b>Carmen March</b> Palma de Mallorca, 1974	<b>1974</b>	Licenciatura en Geografía e Historia <b>Universidad Complutense de Madrid</b> Diseño de Moda <b>Universidad IADE Madrid</b>	Década de 2000	Ready-to-wear Semicostura	EGOTHERAPY CARMEN MARCH	Tejidos ricos	Arquitectónico Elegante Sofisticado
<b>José Miró</b> Palma de Mallorca, 1975  <i>2009 Diseño de los uniformes del Pabellón de España en la Expo de Shanghái</i>	<b>1975</b>	Diseño de Moda <b>Escuela Superior de Diseño de Barcelona</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	JOSÉ MIRÓ	Técnicas artesanales, respeto por el medio ambiente y sostenibilidad Tejidos y tintes ecológicos	Sofisticado
<b>Alma Aguilar</b> Madrid, 1976	<b>1976</b>	Tradición familiar: modistería Diseño, Ilustración y Patronaje <b>Escuela Superior de Técnicas Industriales de Confección de Madrid</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	ALMA AGUILAR COSTURA MINI ALEGRA	Tejidos naturales Seda Lana	Romántico Bohemio

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	FORMACIÓN	INICIOS	TIPOLOGÍA	MARCAS	MATERIALES	ESTILO
<b>Juanjo Fiz</b> País Vasco, 1976  2004 Medalla de Oro	<b>1976</b>	Tradición familiar: modistería Ayudante de sastrería Diseño de Moda y Patronaje industrial <b>Escuela de Moda y Diseño Textil del País Vasco</b> (bajo la tutoría de MIRIAM OCÁRIZ)	Década de 2000	Ready-to-wear	ION FIZ SERIE BY ION FIZ FIZ BY FOSCO	Fusión de tejidos ricos con metalizados	Vanguardista Sofisticado Femenino
<b>Mirella Miras</b> Barcelona, 1976	<b>1976</b>	Licenciatura en Bellas Artes <b>Universidad de Barcelona</b> Moda <b>Escuela La Llotja</b> Máster de Diseño de Moda <b>Domus Academy de Milán</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	TXELL MIRAS COOKES IN BARCELONA BY TXELL MIRAS	Experimentación con tejidos	Vanguardista Monocromo Aire industrial
<b>Maya Hansen</b> Madrid, 1978	<b>1978</b>	Diseño de moda <b>Centro Superior de Diseño y Moda de Madrid</b>	Década de 2000	Ready-to-wear Semicostura	MAYA HANSEN	Todo tipo de materiales y tejidos (tecnológicos)	Gótico Extravagante Transgresor Sensual
<b>María Escoté</b> Barcelona, 1979	<b>1979</b>	Tradición familiar: semicostura Grado superior de Diseño, Artes Plásticas y Artes Generales <b>Centro Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce</b> Máster en asesoría del color Grado Fashion Drawing <b>Escuela de Arte y Diseño Saint Martin's de Londres</b>	Década de 2000	Ready-to-wear	MARÍA ESCOTÉ TÍA MARÍA BY MARÍA ESCOTÉ	Fusión de materiales y tejidos	Enérgico Libre Retro Colorista Seductor Informal
<b>María Barros</b> A Coruña, 1980	<b>1980</b>	Diseño Textil y Moda <b>Instituto Europeo de Design de Madrid/Milán</b> Formación profesional en el estudio de diseño DEVOTA & LOMBA	Década de 2000	Ready-to-wear	MARIA BARROS	Fusión de tejidos naturales y técnicos	Seductor Femenino Elegante Teatral
<b>Equipo creativo de Desigual</b> Barcelona, 1984	<b>1984</b>	Venta de camisetas de marca propia (Thomas y Christian Meyer. Suiza)	Década de 1980	Ready-to-wear	DESIGUAL	Algodón Encaje Bordado Técnicas mixtas Estampación de diseño gráfico	Colorista Bohemio Informal Juvenil Singular
<b>Equipo creativo de Mango (200-250 diseñadores)</b> Barcelona, 1984	<b>1984</b>	Venta de camisetas de marca propia (Isak Andic. Estambul, 1953)	Década de 1980	Pronta moda	MANGO MANGO KIDS MANGO MAN MANGO SPORT & INTIMATES VIOLETA BY MANGO MANGO BABY MANGO TOUCH OUTLET	Tejidos naturales y sintéticos	Urbano Asequible Minimalista Exclusivo
Fuente: diversas fuentes. Elaboración propia							

Hacer un perfil de cada diseñador de moda español es muy complicado. En base a nuestra investigación, encontramos que todos los diseñadores que pertenecen a la horquilla (1960-1986)<sup>50</sup>, con excepciones, como es natural, tienen una serie de características sociales y psicológicas bastante comunes. En primer lugar, pertenecieron a una generación que pilotó el cambio de vida y el acceso a las libertades de la España posmoderna. Procedían de clases medias, más o menos acomodadas y sus formaciones académicas eran básicas. La gran mayoría llegaron al diseño de ropa por tradición familiar o predisposición para el dibujo, las artes plásticas, etc. En esta etapa la mayoría de los diseñadores eran autodidactas. Aprendían en el negocio familiar o en sastrerías y talleres, lo normal es que no empezaran cosiendo sino vendiendo e incluso limpiando, algunos pudieron acceder a formación reglada en escuelas de artes y oficios y, los más pudientes, a la Universidad a estudiar Bellas Artes.

Cuando el sistema oficial se vuelve incapaz de ofrecer opciones para un público liberal y variado, los modistos comenzaron a crear sus propias marcas paralelamente a esta generación de jóvenes que empezaron diseñando en empresas o *boutiques de estilo*. Unos sobreviven sin el respaldo de la industria, otros añoraban la antigua forma de dictado personal y otros preocupados por hacer moda funcional supieron aunar diseño y gestión y producir sus propios objetos en serie.

El reconocimiento del diseñador de moda trajo consigo problemas como el mediático. A medida que su trabajo empezó a tomar relevancia tuvo que asumir una doble vida: la creación de una imagen propia. Acerca del carácter frívolo de la moda, esta generación de la primera etapa de la democratización de la moda reacciona con nuevas ideologías. El nuevo objetivo de los diseñadores frente a la multiplicación de las tendencias era ofrecer una opción coherente con nombre propio. De manera que, la moda con sus nuevas ideas y continuos cambios, es lo que identificó a diseño (igual a experimentación) y moda, es decir, la creatividad combinada con un acabado de calidad.

---

<sup>50</sup> De Manuel Pertegaz a Ágatha Ruiz de la Prada.

Su extensión dentro del país fue gracias a la diversificación de producto y fuera del territorio español a buenas estrategias de mercado. El cambio en el panorama de la moda alimentado por el enfoque estratégico que adquiere el marketing<sup>51</sup>, supuso grandes retos para el creador de moda. Su eficaz aplicación atrajo cambios en el consumo de la moda, por ejemplo, las marcas comerciales se convirtieron, nuevamente, en símbolo diferenciador de estatus social<sup>52</sup>. También dio lugar a un *boom* de nuevos creadores, nombrados «directores artísticos/creativos», que potenciaron formas, colores, materiales, así como tejidos y accesorios vanguardistas al abrigo de las casas de modas y añadiendo el valor del diseño a las colecciones seriadas. A estos jóvenes que comenzaron a crear sus marcas y colecciones *ready-to-wear* se les pasó a denominar «estilistas»; la costura ya no era imprescindible para la creación. No deja de ser una especie de contradicción de la modernidad que el diseñador de moda sea un personaje entre el creador puro y el personaje público.

¿Cuál fue la innovación en el estilo? No podemos olvidar que en un terrero plural hay orientaciones convergentes, por tanto no se puede hablar de un solo estilo sino de múltiples modas. El rasgo en común, viendo la columna de materiales, fue la reivindicación de las materias nobles; fibras naturales, más ecológicas y éticas. También la evolución hacia formas desestructuradas como símbolo de libertad, juventud, modernidad, pues se repiten los adjetivos: «funcional», «asequible», «urbano», «minimalista», o «sencillo» pero también porque permiten mayor movilidad, comodidad, etc. Pereda<sup>53</sup> explica que determinadas prendas como la falda se pusieron de moda como prenda masculina porque se entendía que las atribuciones sobre ella eran estrictamente culturales.

---

<sup>51</sup> Una fuerza que la organización podía aprovechar para influir en el entorno. COCA CARASILLA, A.M. 2008. *El concepto de Marketing: pasado y presente*. Revista de Ciencias Sociales, vol. 14 (2) Instituto de Investigaciones Universidad del Zulia. Venezuela

<sup>52</sup> Leyes suntuarias en la Edad Media dictaban los elementos vestimentarios que denotaban casta, rango o pureza de sangre.

<sup>53</sup> PEREDA, R. M 1986. *Op. cit.*: 21.

¿Cuál fue la principal transformación que supuso el *ready-to-wear*? El consumidor era el primer usuario de la marca, sin necesidad de aspirar a vestir como una élite de alto poder adquisitivo y con repercusión pública como era tradicional de la alta costura. Una desventaja de este género podría ser la homogeneización de los estilos. A menudo, nos encontramos con personas que coinciden en la manera de vestir, tendiendo a la uniformización. Esto ocurre muy frecuentemente con la ropa deportiva y casual. Pero la consecuencia principal del sistema por tallaje es la estandarización. Las medidas del patrón consideradas «estándares» no son siempre las que se ajustan a nuestra morfología, lo que a veces, va en detrimento de la estética y funcionalidad de la prenda. La transformación de la actividad artesanal en industrial llevó, por un lado, a romper con la manera clásica de vestir, pero, por otro, a un mundo saturado de tendencias que casi impide que el ser humano se manifieste con moda propia y se singularice. Gavarrón<sup>54</sup> lo explica así:

*«La transformación de la actividad artesanal en industrial diluye particularismos y modas propias apartándolas a lo local y folclórico. Lo que tenemos, con este nuevo cambio, es un mundo de tendencias que impide que el ser humano se manifieste con su ropa y se singularice. La oferta actual es tan amplia, versátil y plural que vestirse puede suponer un problema de identidad».*

¿Cuáles fueron los retos que tuvieron que asumir los nuevos creadores? Para todos, la asignatura pendiente fue economía. Su labor dependía esencialmente de la demanda del mercado. Lo más duro fue pasar del trabajo artesanal al industrial, no imponer soberanamente propuestas y estar limitado a los costes de producción. Sin embargo, los que lograron superar esos obstáculos son hoy, como vemos en el cuadro, los que atesoran más premios y reconocimientos por su aportación al mundo de los estilos, «huella del bagaje cultural humano»<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> GAVARRÓN, L. 1989. *La mística de la moda*. Anagrama. Barcelona.

<sup>55</sup> André Ricard (Diseñador, escritor y profesor de diseño).

A esto hay que sumar el desarrollo de los fabricantes de pronta moda que estaban siendo capaces de ofrecer moda realista asequible, de calidad aceptable, también con ayuda de la mercadotecnia. El *ready-to-wear* forzó a la reproducción de creaciones y a emplear la síntesis entre los métodos industriales americanos y artesanales franceses, hecho que captó a personas que no conocían el mundo profesional de la costura pero aportaban estética a los nuevos planteamientos. En los 90 y la década de 2000, «la moda era ya un gran negocio»<sup>56</sup>. Los modelos firman contratos exclusivos con los diseñadores. Fue una prolongación de la anterior revolución estética pero potenciada por el desarrollo de tácticas de márketing estratégico y volcada en la construcción de imagen y asociación de valores a la marca. La publicidad no solo contribuyó a consagrar a diseñadores como *Adolfo Domínguez*, sino también a *Zara*, *Mango*, etc.

Si observamos la tabla, del grupo de diseñadores que abarca el intervalo (1990-2010) -de Ángel Schlessler a María Barros- hemos de tener en cuenta que las marcas *Desigual* y *Mango* nacen ambas en 1984 como proyectos de auténtica emprendeduría. Se puede dar el caso de que un fundador inicial participe de manera más activa, o no participe en el proceso creativo de la marca cuando esta alcanza una cierta dimensión.

La nueva dirección en la producción y el consumo de moda en el nuevo milenio significaron otra transformación en la figura profesional del creador de moda. El rápido desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido el acceso libre a la información que se integra en redes globales. Curiosamente, la globalización cultural ha dado lugar a la búsqueda de la personalidad propia. Así la personalización de la vestimenta está sujeta a la producción de significados, que en el ámbito de la moda se traduce como el deseo de marcar la independencia a través de la estética. Al parecer, la moda ya no marca la diferencia de estatus sino un estilo de vida. Como consecuencia de la democratización y liberación del consumo, los agentes que intervienen en el proceso de fabricación y distribución del producto moda se han visto obligados

---

<sup>56</sup> MATHARU, G. 2011. *Op. cit.*: 34.

a sofisticar su infraestructura y *lead time*<sup>57</sup>. Es decir, la búsqueda de modelos productivos en los que la información y el tiempo se convierten en factores esenciales.

Otro fenómeno de las tecnologías es el comercio electrónico y las nuevas estrategias de promoción y difusión de la moda por vías digitales, sin olvidar el cine o la revista impresa. Estos son potentes medios de comunicación de masas que ofrecen a la industria de la moda una plataforma ventajosa para mostrar sus productos. Por tanto, en ellos trabajan profesionales creativos procedentes de otras industrias como fotógrafos, cineastas o estilistas, capaces de generar o acelerar cambios socioculturales.

¿Qué otra modificación en la figura profesional del creador de moda tiene lugar en esta década? Pues se exige que el diseñador conozca los procesos dentro de la industria de la moda, las bases del *márqueting*, de las finanzas y la estrategia empresarial. Entre sus habilidades y destrezas deben sobresalir la capacidad de anticipación e identificación de oportunidades de mercado, reconocer el entorno, descubrir los movimientos grupales, integrarse en proyectos empresariales en un entorno global, el uso de las nuevas tecnologías, la innovación y la responsabilidad social y ambiental. En relación a los ciclos y ritmo en su tarea, forma parte de equipos de diseño en empresas del textil, donde es fundamental adaptarse a las salidas derivadas de la distribución. La velocidad de trabajo que exige la fórmula «moda rápida» es significativa. Aún los modelos tradicionales y flexibles reclaman a su equipo de diseño crear bajo presión. También se ve involucrado en los retos derivados de la producción de moda sumergida, conocida como la estrategia de mercado que parte de las colaboraciones de grandes empresas con marcas de prestigio, para dar salida a las producciones de masas.

Esto ha obligado a recabar información sobre los gustos del consumidor y crear el producto acorde a los datos recibidos con la mayor rapidez. De esto ya dependen las estructuras organizativas de las grandes empresas. La moda está

---

<sup>57</sup> Tiempo que transcurre desde que surge la idea hasta que el producto se pone a la venta.

en la red, desfiles, eventos de moda, comercio electrónico, aplicaciones para móviles, revistas digitales, interactividad, tendencias urbanas, cazatendencias y blogs, que han pasado a convertirse en referentes para el estudio de la difusión de la moda<sup>58</sup>.

Los diseñadores de moda del tercer milenio ya no se preocupan tanto por la funcionalidad de las prendas como de diferenciarse de los demás, ofreciendo propuestas muy personales y exclusivas de semicostura. Aunque sigue predominando el estilo sobrio e informal, hay otros representantes del estilo extravagante, excéntrico, conceptual, en algunos casos clásico, muy femenino y curiosamente más seductor, dato que confirma que la moda representa los valores de la sociedad en que se diseña, pero sobre todo, estructurado. Al contrario que en los ochenta que supusieron la conquista de los materiales dúctiles, la libertad y comodidad y una apariencia de hombre revolucionario. En los inicios del milenio se abren las posibilidades a los nuevos tejidos y la experimentación de materiales ajenos a la moda como, papel, lienzo, madera, metacrilato, vendas, látex, etc.<sup>59</sup>

También se extiende el fenómeno *vintage*, de manera que convive la fusión de todo tipo de materiales con *remakes* de hace décadas. En pleno ambiente de recuperación del pasado tiene lugar otra rareza, los *outlets*. Forma inteligente de facilitar la salida de prendas que no salieron en su día y que ahora han vuelto a poner de moda<sup>60</sup>.

En definitiva, esta tercera generación, es un grupo altamente formado académicamente en la materia específica del diseño de moda. Puede acceder a la educación dentro y fuera del país.

---

<sup>58</sup> MATHARU, G. 2011. *Op. cit.*: 79

<sup>59</sup> David Delfín fue pionero en usar tejidos tradicionales mezclados con técnicos o médicos.

<sup>60</sup> GAVARRÓN, L. 2007. Modas recientes (1960-...). Una sinopsis/crónica apresurada. *Revista Indumenta del Museo del Traje* (0), pp. 135-146. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/mtraje/dms/museos/mtraje/biblioteca/publicaciones/publicaciones-periodicas/indumenta/indumenta-0/Indumenta00-14-LGC.pdf>

¿Cómo se forma hoy el diseñador de moda? Según los currículos de los distintos casos estudiados, encontramos que existen dos maneras posibles de llegar a desarrollar la profesión de diseñador de moda. A nivel internacional, una opción es el camino clásico, incorporarse directamente en una empresa de moda como ayudante y observar el oficio para ir escalando puestos, sobre todo, aprender el *know how* que realiza el diseñador experimentado o consagrado. Esta es la vía más factible para aquellos que no tienen una formación previa pero demuestran habilidad para el dibujo. La segunda opción, obviamente, es cursar estudios en una prestigiosa escuela de moda. Las grandes casas de costura reclutan a las nuevas generaciones en todas las partes del mundo, sobre todo, en centros de formación no reglada de tipo privado<sup>61</sup>.

En España los jóvenes tienen también la opción autodidacta como vía para acceder a ciertas profesiones del sector, aunque son mayormente oficios degradados o que van quedando descolgados del sector industrial<sup>62</sup>. En cuanto a las escuelas españolas, son cada vez más conscientes de la necesidad de formar a un diseñador, tanto en campos técnicos como en las artes y las humanidades. Los oficios del sector son tan variados que la disciplina del diseño no puede enfocarse solo a las Bellas Artes, porque la moda también es diseño textil, o de complementos. Este mundo también lo forman el analista de tendencias, comercial de moda, operario de muestras, jefe de producción o relaciones públicas, entre otros, y cada uno requiere unas competencias diferentes. En España contamos con unos pocos centros semioficiales, es decir, que mantienen conexiones universitarias pero con mucha experiencia en la disciplina que les permite configurar una oferta de formación mixta y muy ceñida a las necesidades de la industria. Por tanto, la formación a la que puede acceder un estudiante a día de hoy a nivel nacional es de dos tipos: formación reglada o formación no reglada. En los centros docentes privados se pueden cursar materias específicas que inculcan a sus alumnos el interés por la vertiente

---

<sup>61</sup> FIGUERAS, J. 2011. *Op. cit.*: 123.

<sup>62</sup> FIGUERAS, J. 2011. *Op. cit.*: 125.

cultural y antropológica de la moda, con importantes redes de convenios que fomentan la relación directa entre profesionales y especialistas con los estudiantes (2)<sup>63</sup>.

En cuanto a los centros docentes públicos y privados autorizados a nivel nacional, (3), (4) y (5)<sup>64</sup>, podemos observar todas las titulaciones que ofertaron plazas para el curso 2016/2017, así como los centros y universidades que las imparten y qué conocimientos consideran fundamentales en el ámbito del diseño y la gestión de moda. El abanico formativo oficial va desde el nivel más elevado, el Doctorado en Arquitectura, Moda y Sostenibilidad (homologado desde el año 2015) hasta el grado, incluyendo másteres oficiales orientados al negocio o comunicación de la moda y belleza.

El estudiante, futuro diseñador de moda, debe conocer las distintas alternativas que ofrece el sector. Entrar a formar parte de un equipo creativo multidisciplinar, integrado en un complejo proceso de creación, trabajar para la mediana y pequeña empresa española que sigue el modelo tradicional o bien en el campo de la experimentación y expresión artística-cultural, que abre debates de aspectos sociológicos sobre la producción del ser humano.

Lo que es evidente es que este nuevo perfil de creador está muy distante de la imagen del modisto inmerso en el gran siglo de la alta costura y del diseñador que creaba para el *ready-to-wear* de finales del siglo XX. La nueva figura debe ser capaz de recrear estilos, atmósferas y de realizar productos capaces de contener «sentidos»<sup>65</sup> que al consumidor le parezcan interesantes. No pierde su papel en la innovación de la cultura del vestir, pero se exige de él una evolución, un cambio de competencias y una posición dentro del proceso productivo como consecuencia del acortamiento entre los agentes del proceso

---

<sup>63</sup> (2) Enseñanzas no regladas.

<sup>64</sup> (3) Enseñanzas artísticas, (4): Enseñanzas artísticas superiores y 5: Formación Universitaria. Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España. Elaboración propia. <http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/>

<sup>65</sup> FERNÁNDEZ, D. El diseñador de moda ante el cambio de la producción y los hábitos de consumo. [Consulta 19 junio 2017]. Disponible en: <http://forefashionlab.com/el-disenador-de-moda-ante-el-cambio-de-la-produccion-y-los-habitos-del-consumo-moda/>

de fabricación y los de distribución del producto moda. Al acudir a otras fuentes convencionales de inspiración del ciclo de la moda, está obligado a sumergirse en el flujo menos cotidiano de la comunicación, allí donde la producción cultural está siempre activa, y a la vanguardia, para encontrar propuestas que contengan lenguajes, mensajes y significados.

## CONCLUSIONES

En primer lugar hay que valorar el *corpus* como una metodología válida para alcanzar los objetivos que se habían planteado inicialmente. Nos ha permitido identificar, contextualizar y explicar el tema de una manera ordenada. La amplia muestra elegida ha resultado ser un factor beneficioso a la hora del análisis comparativo, porque de otra manera no se hubiera podido detectar tan fácilmente la evolución temporal del proceso. A partir de esta base, es posible continuar estudiando el valor de la creación y contestar a si es posible definir una marca a la que podamos poner el adjetivo español.

En segundo lugar, las pasarelas españolas han seguido dando proyección al floreciente talento español sin mayor trascendencia fuera de las fronteras. Ante la dificultad de unificar los dos focos más importantes del país, *Mercedes-Benz Fashion Week Madrid* y *080 Barcelona Fashion* –de cuya competencia surgió la Asociación de Creadores de Moda Española– siguen persiguiendo sus propios horizontes por separado, cosechando éxitos a nivel nacional.

En tercer lugar, España no ha destacado nunca en el panorama mundial por las grandes marcas de lujo. Solo tenemos *Loewe*. Esta situación es la que ha favorecido que se hayan mantenido tantos diseñadores independientes a diferencia de otros países líderes en la industria de la moda como Italia o Francia, lo que induce a pensar que la mayoría de los creadores españoles de este periodo han tenido la aspiración de ser marcas asequibles en concepto y precio. Esto parece un posible rasgo de identidad. También se abren líneas de investigación sobre aspectos específicos del mundo de la moda sobre evolución de precios e intensidad de marcas, ya que, la convivencia de muchas diferentes en un mercado, donde el consumidor puede elegir entre una amplia y variada oferta de productos nuevos, denota que es competitivo.

Por último, la demanda de formación sobre moda ha aumentado en los últimos años exponencialmente y la tendencia es a formar a un diseñador en múltiples áreas de conocimiento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y RECURSOS DE INFORMACIÓN

- BADÍA, E. 2008. *Zara y sus hermanas*. LID. Madrid.
- CASABLANCA MIGUELES, L. 2007. *La moda como disciplina artística en España*. Jesús del Pozo y la generación de los nuevos creadores. GARRIDO ROMÁN, M. (dir.) Tesis doctoral, Universidad de Granada. ISBN: 978-84-338-4328-9
- CENTRO ATLÁNTICO DE ARTE MODERNO. 2002. *Agatha Ruiz de la Prada. 1981-2002*: Las Palmas de Gran Canaria, 21 de my. -21 jul. 2002. Ediciones El Umbral.
- CUARTAS, J. 2005. *Biografía de El Corte Inglés*. El Cruce. Oviedo.
- DONDIS, D.A. 2007. *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Gustavo Gili. Barcelona.
- FERNÁNDEZ, D. *El diseñador de moda ante el cambio de la producción y los hábitos de consumo*. [Consulta 19 junio 2017]. Disponible en: <http://forefashionlab.com/el-disenador-de-moda-ante-el-cambio-de-la-produccion-y-los-habitos-del-consumo-moda/>
- FIGUERAS, J. 2011. *Moda española: una historia de sueños y realidades*. 2.<sup>a</sup> ed. Ediciones Internacionales Universitarias. Madrid.
- GAVARRÓN, L. 1989. *La mística de la moda*. Anagrama. Barcelona.
- GAVARRÓN, L. 2007. Modas recientes (1960-...). Una sinopsis/crónica apresurada. *Revista Indumenta* del Museo del Traje (0), pp. 135-146. Disponible en: <http://www.mecd.gob.es/mtraje/dms/museos/mtraje/biblioteca/publicaciones/publicaciones-periodicas/indumenta/indumenta-0/Indumenta00-14-LGC.pdf>
- GUTIÉRREZ, J. *España de moda: los diseñadores contemporáneos crean marca*. 1960-2016. En: Google Arts & Culture. Museo del Traje. CIPE [consulta: 8 junio 2017] Disponible en: <https://www.google.com/culturalinstitute/beta/partner/museo-del-traje-madrid>
- LOEWE. 1995. *Loewe, 1846-1996*. Madrid.
- MADRID: MINISTERIO DE CULTURA. 1986. *Moda española. AIC: Análisis e Investigaciones Culturales*. (29) oct.-dic., pp. 7-133.
- MANSILLA, P. 2012. *Cazadores de tendencias. Los nombres esenciales de la moda española*. Lunwerg. Barcelona.
- MATHARU, G. 2011. *Diseño de Moda. Manual para los futuros profesionales del sector*. Océano. Barcelona.
- MUNARI, B. 2008. *¿Cómo nacen los objetos? Apuntes para una metodología proyectual*. Gustavo Gili, Barcelona.
- MUSEO CERRALBO. 2012. *La moda es sueño. 25 años de talento español*: Madrid, 25 oct. 2012-13 en. 2013. Ministerio de Educación y Ciencia.

MUSEO DEL TRAJE: *guía* 2010. Madrid: Ministerio de Cultura, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación [Consulta: 25 abril 2017] Disponible en: [http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2011/Guia\\_Museo\\_Traje.pdf](http://www.mcu.es/principal/docs/novedades/2011/Guia_Museo_Traje.pdf)

MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA. 2003. *Tras el espejo. Moda española*: Madrid, 18 jun. -29 sept. 2003. Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación. ISBN 84-922587-2-1

PEREDA, R. M 1986. *Vestir en España*. Ediciones del Dragón. Madrid.

RHYS MORGAN, D. 2013. *Bold, Beautiful and Damned. The world of 1980s fashion illustrator Tony Viramontes*. Laurence King Publishing. London.

RIERA, M. 2014. *200 años de ilustración de moda en España*. Comanegra. Vigo.

SALERMO, H. 2010. *El corazón de Mango*. LID. Madrid.

SOCIEDAD ESTATAL PARA EXPOSICIONES INTERNACIONALES. 2006. *Genio y figura: la influencia de la cultura española en la moda*: Madrid, 30 nov. 2005 - 18 mzo. 2006. Disparo Editorial

SORGER, R.; UDALE J. 2007. *Principios básicos del diseño de moda*. Gustavo Gili. Barcelona.

UNIVERSIDAD DE NAVARRA; ASOCIACIÓN DE CREADORES DE MODA DE ESPAÑA. 2016. *El sector de la moda en España. Retos y desafíos*. SUSAETA, L. (coord.). Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Disponible en: <http://observatoriomodaespañola.com/wp-content/uploads/2016/06/INFORME.pdf>

VV. AA. 2003. *España de Moda*. Artec. Segovia.

VILASECA, E. 2016. Cuarenta años de estilo en ocho capítulos. *EL PAÍS. Suplemento*, 3 nov. 2016. Madrid. [Consulta: 3 noviembre 2016] Disponible en: <http://aniversario.elpais.com/cuarenta-anos-de-estilo-en-ocho-capitulos/>

## Referencias audiovisuales

¿Te acuerdas? - Pioneros del Prêt-à-porter español. 2012. [Video]. Madrid: RTVE. *Moda del Sol* [consulta: 12 junio 2017]- 2 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/te-acuerdas/acuerdas-pioneros-del-pret-porter-espanol/1415562/>

Adolfo Domínguez, el intelectual de la moda. 2013. [Video] Madrid: RTVE. *Solo Moda Monográficos*, 4 en. 2013 [consulta: 20 mayo 2016]- 29 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-20110716-1756-169/1155113/>

Ágatha Ruiz de la Prada, color, caos, concepto. 2014. [Video] Madrid: RTVE. *Solo Moda Monográficos*, 14 abr. 2014 [consulta: 20 mayo 2016]- 25 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-agatha-ruiz-prada/1178487/>

Custo Barcelona. 2011. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 23 jul. 2011 [consulta: 20 mayo 2016]- 21 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-custo-barcelona/1159908/>

Elio Berhanyer, maestro autodidacta. 2016. [Video] Madrid: RTVE. Flash Moda Monográficos, 20 nov. 2016 [consulta: 20 mayo 2016]- 25 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/flash-moda-monograficos-elio-berhanyer-maestro-autodidacta/3807243/>

FERNÁNDEZ SANTOS, A. 2012. *Documental exposición La moda es sueño* [Video]. Madrid: MECD [consulta: 19 junio 2017]- 21 min., color. Disponible en el canal de la ACME: [https://www.youtube.com/watch?v=2\\_KckvfUVHk&app=desktop](https://www.youtube.com/watch?v=2_KckvfUVHk&app=desktop)

Función y forma. Diseño en España. Medio siglo contigo. 2016. [Video] Benet ROMÁN, director. Madrid: RTVE [consulta: 14 junio 2017]- 59 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/el-documental/documental-funcion-forma-diseno-es-pana-medio-siglo-contigo/3797778/>

Mango, concepto global de éxito. 2013. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 5 jul. 2013 [consulta: 20 mayo 2016]- 25 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-mango-concepto-global-exito/1960601/>

Manolo Pertegaz, un alma indómita. 2014. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 19 abr. 2014 [consulta: 20 mayo 2016]- 23 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-monograficos-manolo-pertegaz-alma-indomita/1183681/>

Moda del Sol. 1970. [Video]. Raúl PEÑA, director [consulta: 12 junio 2017]- 3 min., color. Disponible en el canal Retroclips: [https://www.youtube.com/watch?v=8W2\\_89IEBR4](https://www.youtube.com/watch?v=8W2_89IEBR4)

Pedro del Hierro, la fragilidad del maestro. 2011. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 7 oct. 2011 [consulta: 20 mayo 2016]- 29 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/pedro-del-hierro-fragilidad-del-maestro/1210516/>

Purificación García. 2012. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 8 jun. 2012 [consulta: 20 mayo 2016]- 26 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-purificacion-garcia/1432103/>

Roberto Verino, funcionalidad urbana. 2013. [Video] Madrid: RTVE. Solo Moda Monográficos, 1 en. 2013 [consulta: 20 mayo 2016]- 26 min., color. Disponible en: <http://www.rtve.es/alcarta/videos/flash-moda-monograficos/solo-moda-roberto-verino-funcionalidad-urbana/1630816/>

ANEXO



**SYBILLA**  
**Vestido Torero**  
 Colección otoño-invierno 2001-2002  
 Cliente: Proesa

**Torero dress**  
 Autumn-Winter 2001-2002 Collection  
 Client: Proesa

**FERNANDO LEMONIEZ**  
**Abrigo Cocktail**  
 Colección primavera-verano 2003  
 Cliente: Boreal Lines, S.L.  
 Fotógrafo: L'Estrop

**Cocktail coat**  
 Spring-Summer 2003 Collection  
 Client: Boreal Lines S.L.  
 Photographer: L'Estrop

**VICTORIO & LUCCHINO**  
**Imagen Fragancia Carmen**  
 2000  
 Cliente: Antonio Puig, S.A.

**Image for Carmen perfume**  
 2000  
 Client: Antonio Puig, S.A.



**MIRIAM OCÁRIZ**  
**Sin título**  
 Colección primavera-verano 2003  
 Cliente: Katydifusión, S.L.  
 Fotógrafo: Biel Sol

**Untitled**  
 Spring-Summer 2003 Collection  
 Client: Katydifusión, S.L.  
 Photographer: Biel Sol

**KINA FERNÁNDEZ**  
**Cazadora Onda Decó**  
 Colección otoño-invierno 2003-2004

**Onda Decó jacket**  
 Autumn-Winter  
 2003-2004 Collection

**EQUIPO PEDRO DEL HIERRO**  
 (José Miguel Ruiz Puerta)

**Conjunto sport-sofisticado mujer**  
 Colección primavera-verano 2003  
 Cliente: Grupo Cortefiel, S.A.

**Sport-sophisticated woman ensemble**  
 Spring-Summer 2003 Collection  
 Client: Grupo Cortefiel, S.A.

**DAVIDELFÍN**  
**Vestido Momiah. Colección Cour des Miracles**  
 Colección primavera-verano 2003  
 Cliente: Fourquet 17, S.L.  
 Fotógrafo: Gorka Postigo

**Momiah dress. Cour des Miracles Collection**  
 Spring-Summer 2003 Collection  
 Client: Fourquet 17, S.L.  
 Photographer: Gorka Postigo

Imágenes. Fuente: Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. 2003. Tras el espejo. Moda española: Madrid, 18 jun. -29 sept. 2003. Sociedad Estatal para el Desarrollo del Diseño y la Innovación. ISBN 84-922587-2-1

2. Cuadro de Formación no reglada en moda (2016/2017)

ESCUELAS DE MODA ESPAÑOLAS INDEPENDIENTES	
Escuela Profesional de Moda Goymar, Madrid	<p><b>Área creativa</b></p> <p>Curso de Técnico Auxiliar de Diseño de Moda</p> <p>Curso de Diseñador Creador de Moda y Complementos</p> <p>Curso de Ilustración Profesional de Moda</p> <p>Curso de Diseño Avanzado</p> <p>Curso de Estilista de Moda e Imagen</p> <p><b>Área técnica</b></p> <p>Curso de Técnico Auxiliar de Patronaje Industrial</p> <p>Curso de Patronista Industrial Escalador/CAD</p> <p>Curso de Patronaje de íntimo y baño masculino</p>
Escuela de Diseño y Moda Goymar, Galicia (1963)	<p>Enseñanza artística superior de Grado en Diseño de Moda</p> <p>Curso de Estilismo y Coordinación de moda y Complementos</p> <p>Curso de Diseño y Creación de moda y Complementos</p> <p>Curso de Patronaje Industrial, Escalado y Modelismo</p> <p>Curso de Diseño de Moda Informatizado</p> <p>Curso de Patronista Escalador por Ordenador</p> <p>Curso de Coolhunting 2.0: Análisis e Investigación de Tendencias</p> <p>Curso de Personal Shopper &amp; Store Assistant</p> <p>Curso de Visual Merchandising &amp; Retail</p> <p>Curso de Inglés para Moda</p> <p>Curso de Comunicación Digital de Moda</p>
Escuela Superior de Sastrería La Confianza, Madrid (1865)	<p>Patronaje Industrial y Escalado</p> <p>Costura artesanal</p> <p>Sastrería</p>
Escuela <i>Atelier</i> Diseño y Moda de Barcelona EADI GEMMA	<p>Curso de Diseño de moda</p> <p>Curso de Patronaje Industrial y Confección</p> <p>Curso de Patronaje Industrial</p> <p>Curso de Escalado Industrial</p> <p>Curso de Confección Industrial</p> <p>Curso de Modistería Profesional</p> <p>Curso de Modistería Personalizada</p> <p>Curso de Iniciación Costura</p> <p>Curso de Especialización en Moda Infantil</p> <p>Curso de Especialización en Punto Circular</p> <p>Curso de Especialización en Corsetería/Baño</p> <p>Curso de Especialización en Punto tricot</p> <p>Taller de Estampación Artesanal e Industrial</p> <p>Dossier Práctico de Técnicas de Tejidos</p> <p>Cursos Digitales</p>
Centro de Formación Permanente Universidad de Sevilla US (1505)	<p>Máster en Emprendedores en Comunicación y Moda</p>

<p>Instituto Europeo de Diseño (IED), Madrid y Barcelona (1966)</p>	<p>Título Superior de Moda  Programa Europeo de Doble Titulación en Diseño de Moda y Fashion Stylist  Diploma en Comunicación, Estilismo e Imagen de moda  Ciclo Formativo de Grado Superior en Patronaje y Moda  Curso de un Año en Sastrería  Fashion Communication One Year Course  Fashion Junior Academy  Título Superior en Diseño de Moda  Título Superior en Diseño de moda, Estilismo y Comunicación  BA (Hons) Fashion Design  BA (Hons) Fashion Márquetin y Comunicación de la Moda  Master en Design Management  Master en Fashion Management  Master en Diseño de moda  Master en Diseño Sostenible de Producto  Master en Global Design  Master en Márquetin y Comunicación de la Moda  Posgrado en Diseño de Accesorios de Moda  Posgrado en Fashion Product Management  Posgrado en Diseño de Moda Infantil  Posgrado en Diseño de Vestidos de Novia y Ceremonia</p>
<p>Felicidad Duce, la Escuela Superior de Moda de la LCI Barcelona, Escuela Superior de Diseño, Barcelona (1928)</p>	<p>Título Superior de Diseño de moda  Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda (co-titulado con la Universidad de Barcelona)  Máster en Márquetin, Comunicación y Organización de Eventos de Moda  Máster en Estilismo de Moda, Publicidad y Medios Audiovisuales  Máster en Diseño de Colecciones de Calzado, Bolsos y Marroquinería  Máster en Diseño de Moda  Posgrado en Márquetin y Comunicación de Moda  Posgrado en Organización de Eventos de Moda  Posgrado en Estilismo en moda y Publicidad  Posgrado en Estilismo en Medios Audiovisuales  Posgrado en Coolhunting and Trend Forecasting  Posgrado en Ilustración Creativa en Moda (co-titulado con la Universidad de Barcelona)  Posgrado en Diseño de Calzado  Posgrado en Diseño y Construcción de Bolsos y Pequeña Marroquinería  Cursos de Profesionalización en las áreas de Diseño, Patronaje y Comunicación</p>
<p>Instituto Catalán de la Moda (ICM), Barcelona (35 años de trayectoria)</p>	<p>Estudios Superiores en Diseño de Moda  Estudios Superiores en Patronaje Industrial  Posgrado en Gestión de Moda  Máster en Estilismo de Moda, Publicidad y Artes Escénicas  Curso Especializado en Lencería y Corsetería  Monográfico de Diseño de Moda e Ilustración  Monográfico de Patronaje Industrial</p>
<p>INEDI Design School, Bilbao (1986)</p>	<p>Curso de Diseño de Moda  Curso de Patronista Industrial  Posgrado en Consultoría de Imagen Personal  Posgrado en Estampados y superficies  Posgrado en Editorial de Moda  Posgrado en Técnicas de Costura Tradicionales</p>
<p>Escuela Universitaria de Diseño e Ingeniería de Barcelona ELISAVA (1961) adscrito a la Universidad Pompeu Fabra (UPF)</p>	<p>Diploma de Posgrado en Coolhunting. Diseño y Tendencias Globales  Máster en Diseño del Espacio Comercial  Posgrado en Retail Design. Diseño y Espacio: Shopping  Posgrado en Retail Design. Diseño y Concepto: Branding  Curso de Visual Merchandising y Escaparatismo</p>
<p>ISEM Fashion Business School (2001) de la Universidad de Navarra</p>	<p>Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda  Programa Avanzado de Dirección de Empresas de Moda  Programa en Innovación Social, Sostenibilidad y Reputación en Empresas de Moda  Programa de Doctorado</p>
<p>Escuela Internacional de Negocios (ALITER) Madrid</p>	<p>Máster en Derecho y Moda</p>

<p>Escuela Superior de Escaparatismo y Visual Merchandising ARTIDI (Década 1980) Barcelona</p>	<p>Máster Visual Merchandising y Escaparatismo          Posgrado en Visual Merchandising y Escaparatismo          Posgrado en Dirección y Gestión de Retail Márquetin          Posgrado de Escaparatismo Estratégico y Branding          Curso Intensivo de Visual Merchandising: Estrategia de Espacio y Producto          Curso Intensivo de Escaparatismo: Captador de miradas y ventas          Curso de especialización en Interiorismo Comercial, Visual y Retail Design          Curso de especialización en Escenografía, Retail, Evento y Espacios Efímeros          Curso de especialización en Estilismo en Revistas y Dirección de Arte          Curso de especialización en Personal Shopper y Estilismo de Moda</p>
<p>Cámara de Comercio de Madrid</p>	<p>Máster en Dirección de Empresas de Moda          Máster en Comercio Exterior          Máster Ejecutivo en Comercio Exterior          Máster en Comercio Electrónico          Curso Superior en Dirección de Retail y Centros Comerciales</p>
<p>Centro de Estudios Garrigues, Madrid 1941 en convenio con la Universidad Nebrija</p>	<p>Master en Fashion Business &amp; Law</p>
<p>Escuela Guerrero, Barcelona (1940)</p>	<p>Curso de Diseño de Moda          Máster de Patronaje de Mujer          Curso de Patronaje de Mujer          Curso de Patronaje de Corsetería          Curso de Patronaje de Lencería          Curso de Patronaje de Baño          Curso de Patronaje de Género de punto          Curso de Patronaje de Peletería          Curso de Patronaje de Prenda deportiva          Curso de Patronaje de Hombre          Curso de Patronaje de Camisería de hombre          Curso de Patronaje Infantil          Curso de Patronaje de Bebé</p>
<p>Escuela de Diseño de Moda Kroom, Madrid (Década de 1970)</p>	<p>Curso de Diseño de Moda          Curso intensivo de Diseño de Moda          Curso artístico de Diseño          Curso de Diseño Gráfico aplicado a la Moda          Curso de Figurinismo          Curso de Personal Shopper y Estilismo          Curso de Comunicación de moda y Márquetin + Coolhunting          Curso de Escaparatismo y Visual Merchandising          Curso de Diseño de Calzado          Curso de Diseño y Confección de Bolsos          Curso de Tocados y Sombreros          Curso de Flores de Tela realizadas con Troquel          Curso de Patronaje Industrial y Escalado          Curso de Corte y Confección en Costura          Curso de Corsetería, Lencería y Baño          Curso de Patronaje por ordenador          Curso de Moulage          Curso de Comunicación, Márquetin y Organización de Eventos de Moda          Curso de Moda y Empresa</p>
<p>Escuela Sevilla de Moda</p>	<p>Curso de Diseño de Moda          Curso de Estilismo          Curso de Wedding Planner          Curso de Protocolo y Eventos          Curso de Fashion Management          Curso de Patronaje Digital          Curso de Imagen y Personal Shopper          Curso de Escaparatismo</p>

Escuela de Diseño y Moda Vélez-Per, Madrid (1958)	Máster en Sombrerería Curso de Sombreros y Tocados Curso de Corte y Confección para principiantes Curso de Estilismo y Creación de moda Curso de Patronaje y Escalado por Ordenador Curso de Patrona Industrial y Escalado Curso de Alta Costura - Transformación de Patrones Curso de Diseño de moda por Ordenador Curso de Bordados en Pedrería Curso de Lencería, Corsetería y Baño Curso de Bolsos y Accesorios Curso de Diseño de Joyería por Ordenador
ESDEN Business School (1996)	MBA en Dirección de Empresas de Moda
Escuela Superior de Diseño ESI de Valladolid (1994)	Grado en Diseño de Moda Máster en Diseño de Moda (título expedido por la Universidad San Jorge)
ESIC Business & Marketing School (1965) junto con la Universidad Rey Juan Carlos	Máster Internacional en Márquetin de moda y Lujo Programa Superior de Retail Márquetin Curso Especializado en Márquetin y Comunicación en Empresas de Moda y Belleza
Escuela Superior de Moda y Empresa ESME (2005), Madrid	Posgrado en Coolhunting y Tendencias de Moda Posgrado en Estilismo de moda Posgrado en Alta Costura con Petro Valverde Posgrado en Márquetin y Comunicación de Moda Posgrado en Liderazgo Emprendedor en moda Posgrado en Diseño de Accesorios de Moda
Instituto Superior de Arte IART	Máster en Gestión y Comunicación de moda Curso de Especialización en Arte y Moda. Historia de la Indumentaria Curso de Especialización en Márquetin y Moda Curso de Especialización en Comunicación de Moda y Belleza Curso de Especialización en Coolhunting Curso de Especialización en Personal Shopper Curso de Especialización en Grandes Creadores de la Moda
IE Business School, Madrid (1973)	Programa de Dirección y Gestión Estratégica del Universo de Lujo Programa Avanzado en Gestión y Márquetin de Productos y Servicios de Lujo
IMF Business School, Madrid (15 años de trayectoria)	Máster en Dirección y Administración de Empresas de Moda
UPF Barcelona School of Management de la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona (1990)	Posgrado en Comunicación y Periodismo de moda 3.0
Escuela de Márquetin de Madrid Mamk (MSMK)	Máster en Márquetin para Empresas de Moda y Lujo
Universidad CEU San Pablo (1993) en colaboración con las revistas <i>Telva</i> y <i>Yo Dona</i> , Madrid	Máster en Comunicación de Moda y Belleza
Universidad Francisco de Vitoria UFV (1993) Madrid	Máster en Comunicación y Márquetin de Moda
Universidad Ramon Llull (1990) Barcelona	Máster en Comunicación de Moda

Centro Universitario Idep Barcelona asociado a la Universidad Abat Oliba CEU, Barcelona	<p>Graduado Superior/Diploma en Diseño e Imagen de Moda</p> <p>Máster en Diseño, Patronaje y Dirección Creativa en Moda</p> <p>Máster en Diseño, Patronaje y Producción de Vestuario para Artes Escénicas, Cine y TV</p> <p>Máster en Diseño y Márquetin de Moda</p> <p>Máster en Diseño, Estilismo y Dirección de Arte en Moda</p> <p>Máster en Márquetin y Comunicación para Marcas de Moda</p> <p>Máster en Diseño de Moda y Diseño Gráfico</p> <p>Posgrado en Diseño de Moda</p> <p>Posgrado en Diseño y Dirección Creativa en Moda</p> <p>Posgrado en Patronaje Avanzado y Creativo</p> <p>Posgrado en Diseño de Vestuario para Artes Escénicas, Cine y TV</p> <p>Posgrado en Estilismo y Dirección de Arte en Moda</p> <p>Posgrado en Márquetin y Gestión de Marcas de Moda</p> <p>Posgrado en Comunicación y RRPP para Marcas de Moda</p>
<p>Escuela Superior de Diseño de Barcelona ESDi (1989) adscrita a la Universidad Ramon Llull</p> <p>Titulación reconocida por la Universidad de Southampton a través de la Winchester School of Art</p> <p>Escuela de Artes y Técnicas de la Moda (EATM) Barcelona</p>	<p>Grado en Diseño de Moda</p> <p>Master en Gestión de la Industria de la Moda y el Diseño</p> <p>Máster en Asesoría de Estilismo, Imagen y Comunicación</p> <p>Posgrado en Diseño de Vestuario</p> <p>Posgrado de Especialización en Metodología LEAN</p> <p>Posgrado de Especialización en Design Research</p> <p>Diploma de Especialización Universitaria en Tendencias y Estilismo</p>
Centro Universitario de Diseño de Barcelona BAU (1989) adscrita a la Universidad de Vic Universidad Central de Cataluña, Barcelona	<p>Ciclo Formativo de Grado Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa</p> <p>Ciclo Formativo de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Estilismo de Indumentaria</p> <p>Grado en Diseño, Mención en Diseño de Moda</p> <p>Máster en Fashion Management</p> <p>Posgrado en Diseño de Ropa Interior, Corsetería y Baño</p> <p>Posgrado en Comunicación Integral de Moda</p> <p>Posgrado en Creación y Gestión de marcas de moda</p> <p>Workshop de Fast Fashion Design</p> <p>Curso de Comunicación y Social Media Márquetin de Moda</p> <p>Curso de Creación de Ropa de Baño</p> <p>Curso de Ilustración de moda: últimas tendencias en Editorial, Textil y Publicidad</p>
Institución Artística de Enseñanza IADE (1957) Escuela de Diseño Escuela de Diseño de Moda Universidad Nebrija, Madrid	<p>Grado en Diseño de Moda</p> <p>Diplomatura en Diseño de Moda</p>
Instituto Tecnológico Textil AITEX (1985) Alicante	<p>Diploma de Extensión Universitaria en Aplicaciones Textiles (en colaboración con la UPV)</p> <p>Máster Universitario en Ingeniería textil (en colaboración con la UPV)</p> <p>Máster Universitario en Moda, Gestión del diseño y Operaciones (en colaboración con la CEU)</p> <p>Patronaje A.O.</p> <p>Modistería</p> <p>Diseño y Patronaje Industrial</p> <p>Diseño A.O. - Estampados</p> <p>Materias, Herramientas, Máquinas y Equipamientos en Confección</p> <p>Gestión de Almacén Textil</p>
Universidad Carlos III de Madrid (1989) en colaboración con la revista <i>Vogue</i>	Máster en Comunicación de Moda y Belleza
Universidad Complutense de Madrid (1822) en colaboración con la revista <i>Elle</i>	<p>Curso Superior Universitario de Márquetin Digital de Moda</p> <p>Curso Superior Universitario de Márquetin y Comunicación de Moda y Lujo</p>

#### PRINCIPALES ESCUELAS DE MODA INTERNACIONALES

Antwerp Royal Academy of Fine Arts (Antwerp, 1663), Royal College of Art (Londres, 1837), Central Saint Martins (Londres, 1854), Parsons, the New School For Design (Nueva York, 1896), Kingston University (Londres, 1899), Instituto Maragoni (Milán, 1935), Fashion Institute of Technology (Nueva York, 1944), London College of Fashion (Londres, 1906), ESMOD (París, 1841), Bunka Fashion College (Tokio, 1964), La Cambre (Bruselas, 1926)

Fuente: MODAES.ES Publicaciones. 2017. Guías de Formación en Moda 2017/2018. Barcelona: Ripley Gestora de Contenidos SL. Disponible en: <https://www.modaes.es/publicaciones/guias-modaes/guia-de-formacion-en-moda-20162017.html>. Elaboración propia.

3. Cuadro de enseñanzas artísticas regladas en moda (2016/2017)

ESTUDIOS	Título	Centro/Universidad	Tipo	Conocimientos
Enseñanzas artísticas superiores de Diseño	Especialidad en Diseño de Moda Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo	Centros Docentes no Universitarios (Ver cuadro 4)	Públicos o privados autorizados	Fundamentos del diseño, Lenguajes y técnicas de representación y comunicación, Ciencia aplicada al diseño, Historia de las artes y el diseño, Cultura del diseño, Gestión del diseño, Materiales y tecnología aplicada al diseño de moda, Patronaje y confección, Historia del diseño de la moda, Proyectos de diseño de moda e indumentaria, Estilismo, Gestión del diseño de moda
	Máster en enseñanzas artísticas en Estilismo, Fotografía y Comunicación de Moda	Escuela CEADE-Leonardo Centro de Estudios Superiores de Diseño, Sevilla	Privado autorizado	-
	Máster en enseñanzas artísticas en Co-diseño de Moda y Sostenibilidad	Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia	Plúblico	-
Enseñanzas artísticas profesionales de Artes Plásticas y Diseño	Artes aplicadas a la Indumentaria			
	Ciclo Formativo de Artes Plásticas y Diseño en Estilismo de indumentaria	Escuela de Arte y Superior de Diseño Llotja, Barcelona	Públicos o privados autorizados	Dibujo del Natural y su aplicación a la Indumentaria, Historia de la Indumentaria, Color, Idioma Extranjero, Audiovisuales, Tecnología Textil, Diseño Asistido por Ordenador, Marketing, Modelismo/ Estilismo, Formación y Orientación Laboral
		Escuela de Arte 10, Madrid (1907)		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño Fernando Estévez, Tenerife		
		Escuela de Arte Manolo Blahnik, La Palma		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño de Alcoy, Alicante		
		Escuela de Arte de Cádiz		
		Escuela de Arte San Telmo, Málaga		
		Escuela de Arte Miguel Marmolejo, Melilla		
	Ciclo Formativo de Artes Plásticas y Diseño en Modelismo de indumentaria	Escuela de Arte de Motril, Granada	Públicos o privados autorizados	Dibujo del Natural y su aplicación a la Indumentaria, Historia de la Indumentaria, Color, Idioma Extranjero, Audiovisuales, Tecnología Textil, Diseño Asistido por Ordenador, Marketing, Modelismo/ Estilismo, Formación y Orientación Laboral
		Escuela de Arte de Jerez de la Frontera, Cádiz		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño de Orihuela, Alicante		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño de Gran Canaria		
		Escuela de Arte 10, Madrid		
Escuela de Arte y Superior de Diseño y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de Burgos				

	Ciclo Formativo de Artes Plásticas y Diseño en Artesanía de complementos de cuero	Escuela de Arte y Superior de Diseño y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de Burgos	Plúblico	-
	Ciclo Formativo de Artes Plásticas y Diseño en Abaniquería	Escuela de Arte de Cádiz	Plúblico	-
Formación profesional	Familia Textil, Confección y Piel (Ciclos LOE)			
	Técnico Superior en Diseño Técnico en Textil y Piel Técnico Superior en Patronaje y Moda Técnico Superior en Vestuario a Medida y de Espectáculos	Centros Docentes no Universitarios	Públicos o privados autorizados	-
Técnico en Calzado y Complementos de Moda Técnico en Confección y Moda Técnico en Fabricación y Ennoblecimiento de Productos Textiles				

Fuentes: Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España. Elaboración propia <http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/>

4. Cuadro de enseñanzas artísticas superiores regladas en moda (2016/2017)

ESTUDIOS	Título	Centro/Universidad	Tipo	Conocimientos
Enseñanzas artísticas superiores de Diseño	Especialidad en Diseño de Moda <i>Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo</i>	Centro Superior de Diseño y Moda de Madrid	Públicos o privados autorizados	Fundamentos del diseño, Lenguajes y técnicas de representación y comunicación, Ciencia aplicada al diseño, Historia de las artes y el diseño, Cultura del diseño, Gestión del diseño, Materiales y tecnología aplicada al diseño de moda, Patronaje y confección, Historia del diseño de la moda, Proyectos de diseño de moda e indumentaria, Estilismo, Gestión del diseño de moda
		Creanavarra Centro Superior de Diseño		
		EASD de Alcoy, Alicante		
		EASD de Orihuela, Alicante		
		EASD y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales de Burgos		
		Escuela CEADE-Leonardo Centro de Estudios Superiores de Diseño, Sevilla		
		Escuela de Arte de Granada		
		Escuela de Arte San Telmo, Málaga		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño de Gran Canaria		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño Fernando Estévez de Tenerife		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño Llotja de Barcelona		
		Escuela de Arte y Superior de Diseño Maestro Mateo, La Coruña		
		Escuela Sevilla de Moda		
		Escuela Superior de Diseño de La Rioja, Logroño		
		Escuela Superior de Diseño de Madrid		
		Escuela Superior de Diseño de Murcia		
		Escuela Superior de Diseño y Artes Plásticas de Cataluña		
		ESD y Conservación y Restauración de Bienes Culturales de las Islas Baleares		
Máster en enseñanzas artísticas en Estilismo, Fotografía y Comunicación de Moda	Escuela CEADE-Leonardo Centro de Estudios Superiores de Diseño, Sevilla	Privado autorizado	-	
Máster en enseñanzas artísticas en Co-diseño de Moda y Sostenibilidad	Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia	Plúblico	-	

Fuentes: Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España. Elaboración propia

<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/>

Nota explicativa: las enseñanzas no regladas se refieren a las enseñanzas no oficiales no reguladas por la ley que culminan sus estudios con la expedición de un diploma o certificado propio del centro que las imparte.

5. Cuadro de formación universitaria reglada en moda (2016/2017)

ESTUDIOS	Titulación	Universidad/Centro	Tipo Universidad/Centro
Enseñanzas universitarias	Doctorado en Arquitectura, Diseño, Moda y Sociedad	Universidad Politécnica de Madrid (1971) Escuela Politécnica de Enseñanza Superior	Universidad pública/ Centro Docente propio
	Máster Universitario de Moda Gestión del Diseño y Operaciones	Universidad Cardenal Herrera-CEU, Valencia (1971) Escuela Superior de Enseñanzas Técnicas	Universidad privada/ Centro Docente propio
	Máster Universitario en Diseño y Dirección Creativa en Moda	Universidad de Vigo, Pontevedra (1990) Facultad de Bellas Artes	Universidad pública/ Centro Docente propio
	Máster Universitario en Comunicación de Moda y Belleza	Universidad San Pablo-CEU, Madrid (1993) Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación	Universidad privada/ Centro Docente propio
	Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas de Moda y Belleza	Universidad Católica San Antonio, Murcia (1996) Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa	Universidad privada/ Centro Docente propio
	Máster Universitario en moda: Tecnologías Aplicadas y Negocios Digitales	Universidad Camilo José Cela ( 2000) Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología ESNE (1988)	Centro Docente privado adscrito a Universidad privada
	Máster Universitario en Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda	Universidad de Navarra, Pamplona (1952) Instituto Superior de Empresa y Moda ISEM (2001)	Universidad privada/ Centro Docente propio
	Máster Universitario en Marketing y Comunicación de Moda	Universidad Internacional de la Rioja, Logroño (2009) Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades	Universidad privada/ Centro Docente propio
	Grado en Diseño de Moda	Universidad Politécnica de Madrid (1971) Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid CSDMM (1986)	Centro Docente privado adscrito a Universidad pública
	Grado en Diseño de Moda	Universidad Rey Juan Carlos, Madrid (1996) Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología ESNE (1988)	Centro Docente privado adscrito a Universidad pública
	Grado en Diseño y Gestión de Moda PCEO Grado en Diseño y Gestión de Moda / Grado en Bellas Artes PCEO Grado en Diseño y Gestión de Moda / Grado en Diseño Integral y Gestión de la Imagen	Universidad Rey Juan Carlos, Madrid (1996) Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid y Campus de Aranjuez	Universidad pública/ Centro Docente propio
	Grado en Diseño de Moda	Universidad Camilo José Cela ( 2000) Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología ESNE (1988)	Centro Docente privado adscrito a Universidad privada
	Grado en Diseño de Moda	Universidad Camilo José Cela ( 2000) Escuela Superior de Arquitectura y Tecnología	Universidad privada/ Centro Docente propio

Fuente: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Gobierno de España. Elaboración propia

6. Cuadro comparativo de conocimientos (2016-2017)

Grado en Diseño de Moda	Grado en Bellas Artes	Grado en Diseño y Gestión de Moda	Máster Universitario en moda: Tecnologías Aplicadas y Negocios Digitales	Grado en Diseño de Moda
Universidad Politécnica de Madrid (1971) Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid CSDMM (1986)	Universidad Rey Juan Carlos, Madrid (1996) Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Aranjuez	Universidad Rey Juan Carlos, Madrid (1996) Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales. Campus de Madrid y Campus de Aranjuez	Universidad Camilo José Cela ( 2000) Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología ESNE (1988)	
Proyectos	Análisis de la Forma, Color y Luz	Confección	Análisis del impacto de la tecnología en la industria de la Moda	Fundamentos del Diseño
Fundamentos del Diseño	Historia del Arte	Deontología Profesional y Legislación	Nuevo calendario de la Moda	Dibujo Artístico
Dibujo Natural	Informática	Dibujo (Análisis de Formas y Dibujo Anatómico)	Nuevas herramientas aplicadas al Diseño de Moda	Diseño de Moda
Control de la Forma	Deontología Profesional e Igualdad	Ergonomía y Antropometría	Diseño virtual e innovación textil	Tecnología Textil
Historia de las Artes y del Diseño	Estética	Estilismo	Modelaje y patronaje virtual	Confección y Patronaje
Ciencia Aplicada al Diseño	Tecnología Digital para las B	Fotografía y Audiovisuales	Innovación y emprendimiento en la industria de la Moda	Historia del Arte
Dibujo de Moda	Teoría del Diseño y Projectiva	Gestión de la Marca	Dirección y gestión de Empresas de Moda	Teoría de la Cultura
Instrumentos Digitales	Dibujo. Técnicas y Materiales	Historia de la Moda	Marketing de Moda y negocio digital	Diseño Digital
Patronaje y Técnicas de Confección	Escultura. Técnicas y Materiales	Historia del Arte	Comunicación de la Moda offline y online	Idioma moderno
Fotografía y Medios Audiovisuales	Pintura. Técnicas y Materiales	Ilustración de Moda	Los dos grandes mercados de la Moda: Retail	Sociología y Tendencias de Moda
Historia del Diseño de moda	Taller de Diseño y Projectiva	Introducción a Proyectos		Legislación Aplicada
Gestión del Diseño	Derecho y Propiedad Intelectual	Proyectos coordinados		Estilismo y Estética
Moulage y Patronaje industrial	Introducción al Diseño Web	Patronaje y Confección		Fotografía y Tratamiento digital de imágenes
Materiales y Tecnología	Narrativa Audiovisual	Investigación de Mercados		Marketing de Moda

Estilismo	Expresión Gráfica	Métodos Digitales	Escaparatismo de Moda
Cultura del Diseño	Idioma Moderno	Tejidos y Materiales	Comunicación y Crítica
Gestión del Diseño de Moda	Diseño Gráfico	Teorías del Color, la Forma y la Composición	Industrial de Moda
Identidad de Marca	Diseño y Animación 3D	Idioma Moderno	
Alta Costura / Demi Couture	Organización y Gestión Empresarial	Modelaje y Confección	
Complementos	Fotografía Digital	Patronaje Industrial	
Análisis Comparado de Diseño de Moda	Diseño y Gestión de Proyectos Web	Procesos de Producción Industrial	
Influencias de la Cultura y el Arte Español en la Moda	Ergonomía y Diseño de Producto	Presentación de Proyectos	
Inglés aplicado a la Moda	Ilustración	Diseño y Decoración Textil de Superficies	
	Gestión Cultural	Colecciones	
	Naturaleza y Espacio Urbano. Arte y Creación	Tecnología y Moda	
	Talleres de Fotografía y Video Arte, Proyectos de Diseño Gráfico, Escenográficos y Multimedia	Marketing de la Moda	
		Diseño textil y Procesos de Color	
		Diseño de Complementos	
		Diseño de Joyería	
		Organización de Eventos	
		Internacionalización	
		Gestión de empresas de Moda	

Fuente: Fuentes varias. Elaboración propia.

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Manuel Pertegaz</b> Teruel, 1918 - Barcelona, 2014  1954 Óscar de la Costura de la Universidad de Harvard 1994 Medalla del Fomento de las Artes Decorativas de Barcelona 1999 Medalla de Oro de Antonio Gaudí y Medalla de Oro al Mérito de las Bellas Artes 2004 Aguja de Oro 2009 Premio Nacional de Diseño de Moda	1918	1948 Primer establecimiento en París 1965 Primer perfume 1968 Inaugura cinco boutiques en España 1970 Primera colección <i>ready-to-wear</i> 1997 Primera colección de hombre 2014 Fallece el diseñador en Barcelona 2016 Pertegaz regresa al <i>Ready-to-wear</i> propiedad de la sociedad Marcas Comerciales	Primer español que llevó sus modelos a la Quinta Avenida de Nueva York Su obra fue incluida en exposiciones retrospectivas, de éxito, en el MCARS y en el Palau Robert de Barcelona
<b>Eliseo Berenguer</b> Córdoba, 1929  2002 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes 2009 Dedal de Oro Premio Honorífico 2011 Premio Nacional de Diseño de Moda	1929	Comienza diseñando vestuario escénico 1960 Primera colección de alta costura en Madrid 1963 Lleva su colección a la Embajada de España en Londres y Washington 1969 Primera línea de <i>ready-to-wear</i> 1989 Desfila en la Pasarela Cibeles de Madrid hasta 2010 2005 Desfile retrospectivo en el Museo del Traje de Madrid 2010 Última colección en la Cibeles Madrid Fashion Week 2007 Nombrado profesor honorífico de ESNE, «Cátedra Elio Berhanyer» en Córdoba, junto a la Fundación Centro de Innovación y Tecnología Textil de Andalucía	Miembro fundador de la Acme y socio de honor Rechazó diseñar para casas francesas «Le ilusióna que la moda entre en los museos, que aparezca ante el mundo como un signo de cultura»
<b>Equipo creativo de El Corte Inglés</b> Madrid, 1940	1940	1890 Sastrería y Confección El Corte Inglés 1940 Ramón Aceres constituye la sociedad El Corte Inglés 1949 Brazo industrial «Industrias y Confecciones» (Induyco) 1962 Crecimiento y expansión como gran almacén 2001 Sfera distribución minorista de moda gran consumo 2010 La Acme inaugura un espacio para comercializar la moda de diseñadores españoles 2012 Adquiere Induyco para simplificar las estructuras operativas y reducir costes administrativos y de gestión	Mayor fabricante textil del país por cifra de negocio y empleo Opera a través de Induyco, Confecciones Teruel e Industrias de Vestido, con plantas industriales en Madrid, Sevilla, Cáceres y Teruel, creada para mejorar el abastecimiento de prendas SFERA es capaz de diseñar, producir y vender sus productos sin intermediarios
<b>Enrique Loewe Lynch</b> Madrid, 1941  1988 Aguja de oro 2002 Medalla de Oro al Mérito de las Bellas Artes a la Fundación 2013 Medalla al Mérito en el Comercio	1941	1965 Empieza en la casa LOEWE buscando señas de identidad españolas y colaborando en la expansión internacional en los setenta 1988 Fundación LOEWE Década de 1990 Desfila en la Pasarela Cibeles de Madrid 1996 Pasa a formar parte del Grupo LVMH y comienza a presentar en la Semana de los Creadores de París 1998 Designado presidente de honor de la marca y asociado de honor de la Acme	Cuarta generación al frente de la casa LOEWE
<b>Antonio Pernas</b> A Coruña, 1944  Medalla Castelao en reconocimiento a su labor como empresario textil	1944	1991-99 Desfila en la Pasarela Cibeles de Madrid con su marca. Colaboran en su equipo creativo Juan Duyos, Bruno Pieters, Juanjo Oliva y Jorge Vázquez 2002 Diseñó y produjo la uniformidad de todo el personal de la empresa AC HOTELS 2005 Comprado por el grupo CAMELO 2008 Marca familiar NOW BY MARÍA FREYRE	El Corte Inglés fue su cliente más importante Cofundador de la Asociación Textil de Galicia y de la Acme, miembro de Greenpeace, Amnistía Internacional y patrono del Centro Gallego de Arte Contemporáneo
<b>Manuel Piña</b> Ciudad Real, 1944 - 1994  2007 Nace el Museo Manuel Piña para difundir la obra del diseñador	1944	1981 Funda junto a seis diseñadores de moda la Federación del Ready-to-wear Español 1982 Representa a España en un congreso de diseño en Berlín 1983 Debut oficial en Madrid para los almacenes Galerías Preciados y colaboración con la empresa textil española SEDUNIÓN 1984 Participa en la creación del Centro Superior de Diseño de Moda de la Universidad de Madrid 1985-1990 Desfila en la Pasarela Cibeles 1990 Cesa como diseñador de <i>Ready-to-wear</i> 1994 Fallece el diseñador	Protagonista de la Movida Madrileña Impulsor del origen de la Pasarela Cibeles para la proyección internacional de la moda española Máximo exponente de la modernidad española Su obra refleja el dominio de la materia prima, no es un mero artista, pero tampoco un creador de alta costura Manuel Piña se encuentra con el problema entre el arte y la industria, la creación y la comercialización
<b>Equipo creativo del Grupo Cortefiel</b> Madrid, 1945	1945	1880 Mercería negocio familiar 1933 Factoría de camisas La Palma 1945 Fábrica de sastrería 1954 Holding con la creación de Manufacturas del vestido 1993 Crecimiento y plan de expansión internacional 2005 Entrada de MEP Retail y negocio de franquicias 2010 Refuerzan el negocio online	Pionera en el desarrollo de un modelo de integración vertical que une diseño, fabricación, compra y distribución Ha llegado al 78% de su facturación total en mercados extranjeros

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Lluís Juste de Nin</b> Barcelona, 1945  <i>2003 Medalla Antoni Gaudí de la Generalitat de Catalunya por su trayectoria en el mundo de la moda</i>	<b>1945</b>	1970-80 Estilista para la colección de LACOSTE en España 1980-82 Departamento de diseño, marketing y estrategia comercial de BASI 1987 Marca ARMAND BASI 1995 Primera tienda internacional 1996 Tienda en las Islas Canarias 2008 Primer desfile en la London Fashion Week	Equipo creativo actual: Josep Abril y Markus Lupfer
<b>Roberto Mariño</b> Orense, 1945  <i>1992 Aguja de Oro</i> <i>2008 Medalla de Oro de las Bellas Artes</i>	<b>1945</b>	1982 Primera colección <i>Ready-to-wear</i> 1984 Participa en el desfile del Instituto Internacional del Algodón 1987 Implanta sus creaciones en El Corte Inglés 1999 Cofundador de la Acme 2010 Ingresa en el Foro de Marcas Renombradas	Exposiciones retrospectivas en España y EE.UU. a sus 25 años Su verdadera función como diseñador es solucionar problemas
<b>Jesús del Pozo</b> Madrid, 1946 - 2011  <i>1982 Aguja de Oro a la mejor colección Internacional del año</i> <i>1989 Premio Cristóbal Balenciaga al mejor diseñador español</i> <i>1998 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i>	<b>1946</b>	1974 Primera tienda en Madrid 1980 Primera colección de <i>Ready-to-wear</i> 1989 Presenta colecciones en Tokio y París 1996 Línea de novia y producción industrial de su colección para mujer, presentada en la Pasarela Moda Barcelona y comercializada por el Corte Inglés 1997 Colaboración con el mercado japonés 2011 Fallece el diseñador Desde 2012 la marca pertenece a la empresa PERFUMES Y DISEÑO. Su director artístico es el diseñador JOSEP FONT	Consideraba el comienzo del proceso creativo el mejor y peor momento Impulsor y primer Presidente de la Acme hasta el 2000
<b>Antonio Miró</b> Barcelona, 1947  <i>1987 Premio Cristóbal Balenciaga al mejor diseñador</i> <i>2003 Medalla Antoni Gaudí y Premio Moda Barcelona de la Pasarela Gaudí</i>	<b>1947</b>	1968 Primera tienda <i>Groc</i> 1976 Lanza la marca 1977-1982 Exhibiciones internacionales 1990 Firma acuerdo con HERMENEGILDO ZEGNA para la difusión de la colección 1992 Vestuario de ceremonias olímpicas y del COOB 92 1995 Primera tienda de la marca ANTONIO MIRÓ en Barcelona 1997 Diseño del telón del Gran Teatre del Liceu de Barcelona 1999 Cofundador de la Acme 2001 Primera vez en la Pasarela Cibeles de Madrid	Pionero en pasarelas internacionales En la actualidad la firma es propiedad del Grupo <i>Twenty</i> Marca licenciada Pionero en subir a la pasarela a gente de la calle en lugar de modelos en la Pasarela de Barcelona
<b>Kina Fernández</b> Orense, 1947  <i>1995 Premio de La Asociación española de Importadores y Distribuidores de Moda</i> <i>Premio Galicia en Femenino de Creación de la Xunta de Galicia</i>	<b>1947</b>	1985 Crea la marca KINA FERNÁNDEZ íntegramente diseñada en la empresa familiar 1990 Pertenece al colectivo de diseñadores Moda Gallega 1998 Debuta en Pasarela Cibeles 1999 Abre su tienda en Madrid 2009 Entra a formar parte de la Acme	Ha conseguido el equilibrio entre diseño y gestión empresarial <i>«La moda no es cuestión de talento creador sino que requiere un soporte industrial, una estructura empresarial y elección de estrategias»</i>
<b>Pedro del Hierro</b> Madrid, 1948 - 2015  <i>2001 Alfiler de Oro de la Pasarela Costa del Sol</i> <i>2002 Master Andalucía por su trayectoria en el mundo de la moda</i> <i>2003 Nominado miembro de honor del Círculo de Escritores de la Moda</i>	<b>1948</b>	1974 Primera colección 1976 Último diseñador en ingresar en la Cámara de la Alta costura española 1981 Primer creador español con una <i>boutique</i> propia en El Corte Inglés 1992 El grupo CORTEFIEL compra PEDRO DEL HIERRO 2002 El diseñador abandona la firma por salud 2012 Carmen March es nombrada directora creativa de la marca que abandonará en 2015 2016 Exclusivamente comercio online	Para él, el proceso creativo de una colección de moda no difiere de otros procesos de creación artística <i>«Si la alta costura ha de morir, no seré yo quien derrame lágrimas por ella»</i> Democratizador de la moda
<b>Adolfo Domínguez</b> Orense, 1950  <i>1997 Premio Aguja de Oro del Ministerio de Cultura de España</i> <i>2012 Dedal de Oro al Mejor Diseñador</i>	<b>1950</b>	1973 Comienza a partir de la sastrería familiar 1976 Crea la marca y abre tienda en Orense 1984 Campaña publicitaria «La arruga es bella» y estilismo de la serie americana <i>Miami Vice</i> 1992 Expansión internacional y diversificación 1997 Primera empresa textil española en salir a bolsa 2003 Política de Responsabilidad Social Corporativa 2004 Diseña los uniformes de la aerolínea Iberia 2007 Entra a formar parte de <i>The Climate Project</i> 2012 La empresa presenta un ERE e hilvana un plan de desarrollo internacional	Pionero en crear un centro productor de objetos de diseño Estrategia: diseño como elemento diferenciador Aportación: crear una «segunda piel» Precursor de la cantera de diseñadores gallegos Uno de los mayores influyentes en la estética del vestir de las últimas tres décadas

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Francisco Montesinos</b> Valencia, 1950  1984 <i>Aguja de Oro</i> 2001 y 2004 <i>Premio de las Artes Escénicas al mejor vestuario</i> 2006 <i>Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> 2009 <i>Dedal de Oro al mejor diseñador</i>	1950	1972 Primera tienda 1985 Primer español premiado con la Aguja de Oro 1988 Participó en una investigación en torno a la moda junto a VIVIENNE WESTWOOD y CLAUDIA SKODA que dio como resultado la tendencia <i>Gypsy-look</i> iniciada por FRANCIS MONTESINOS 2005 Primer español al que un museo dedica un catálogo razonado de su obra (Instituto Valenciano de Arte Moderno)	De su participación en la movida madrileña surge el fenómeno «Montesinos» Su personal <i>«Made in Spain»</i> lo convirtió en uno de los nombres destacados de la proyección de España como un país de creatividad y modernidad Licencias en más de diez categorías Miembro de la Acme Colaboración con la industria textil española, marca LOIS Su filosofía es buscar sus raíces, hacer moda española, recrearse en el folklore y patrimonio Su proceso creativo es pictórico y abarca diferentes técnicas y estilos
<b>Víctor Rodríguez y José Luis Medina</b> Córdoba, 1950 y Sevilla, 1954 sc.  2004 <i>Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> 2013 <i>Dedal de Oro Premio Honorífico</i>	1950	1985 Presentaron su colección en el <i>New York Pret</i> 1989 Promoción de moda de España en Tokio 1991 Participan en el Festival de Diseñadores Hispanos en Washington como representantes de la moda española En 1993 y 1998 diseñaron vestuario escénico 2003 25 Aniversario de la marca 2011 Crean la Fundación Víctorio & Lucchino	Diseñaron los uniformes de la Exposición Universal Sevilla '92 Su obra ha sido exhibida en numerosas exposiciones entre 2003 y 2011 <i>«La moda es la expresión artística que forma parte de la evolución histórica, social y económica de un país»</i>
<b>Roberto Torretta</b> Buenos Aires, 1950  2002 <i>Alfiler de Oro concedido por Fermoda</i> 2016 <i>Premio Nacional de La Moda</i>	1950	1972 Entra a formar parte de la firma TRIP DIFUSIÓN 1981 Creó SNIF de prendas deportivas 1984 Desfila en el Círculo de Bellas Artes 1996 Empieza a desfilan en la Pasarela Cibeles 1998 Crea la marca ROBERTO TORRETTA 2003 Inaugura tres còmers en El Corte Inglés de Madrid 2004 <i>Showroom</i> y colección de joyas para LE CADÓ 2006 Colaboración con la joyería SUÁREZ 2012 Participación en la exposición Museo Cerralbo «La moda es sueño 25 años de talento español»	Actual vicepresidente de la Acme
<b>Purificación García</b> Orense, 1955  2015 <i>Dedal de Oro Premio a la Mejor Diseñadora</i>	1955	1981 Primera colección en España 1983 Desfiló en la Pasarela Gaudí de Barcelona y Cibeles de Madrid hasta su incorporación en la Sociedad Textil Lonía 1985 Abrió su primera tienda PURIFICACIÓN GARCÍA 1992 Creó dos vestidos para la ceremonia inaugural de los JJ.OO. de Barcelona 1995 Primer boutique-taller en Barcelona 1997 Línea de novias 1998 Firmó acuerdo con la empresa STL para el diseño, la realización y la distribución de la línea Ready-to-wear 2006 Colaboración con el diseñador gráfico Juan Gatti	Ha llevado a cabo diversas colaboraciones en el ámbito artístico Su punto fuerte son los complementos
<b>Antonio Alvarado</b> Alicante, 1956  1987 <i>Premio al Mejor Diseñador del Avantgarde en Múnich</i>	1956	1979 Feria Internacional de Moda Infantil de Valencia 1985 Pasarela Cibeles de Madrid 1999 Es nombrado presidente de ModaFAD	La colección para Otoño/Invierno 1987/88 «Tacón Amargo» supuso el reconocimiento internacional del diseñador
<b>Custodio y David Dalmau</b> Barcelona, 1959  2009 <i>Galardón Mejor marca de España por la Asociación de Creadores de Moda de España</i>	1959	1997 Primeros diseñadores españoles en la Fashion Week de Nueva York y salto internacional. 2010 Primera vez en la pasarela de Milán 2017 Primera vez en Gran Canaria Moda Cálida	Fenómeno americano "Customanía" Marca reconocida por directores de estilismo y responsables de vestuario de series de televisión y cine de Hollywood Prenda esencial: la camiseta
<b>Ágatha Ruiz de la Prada</b> Madrid, 1960  2008 <i>Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> 2011 <i>Premio «Lorenzo il Magnífico» de la Bienal Internacional de Arte Contemporáneo de Florencia</i> 2013 <i>Dedal de Oro a la Mejor diseñadora</i>	1960	1981-85 Centro de Diseño de Madrid y tienda-estudio en Madrid 1992 Colaboración con TINTORETTO (El corte Inglés) 1994 Desfila en el <i>Musée de'Art Moderne</i> de París 1996 Colección de vestido en Homenaje al escultor Eduardo Chillida 2002 Exposición Retrospectiva en Las Palmas de Gran Canaria «Agatha Ruiz de la Prada 1981-2002» CAAM 2011 Fundación Ágatha Ruiz de la Prada 2014 Da entrada en el grupo a la segunda generación	Protagonista de la «Movida madrileña» A través de la investigación busca romper con la mentalidad burguesa y conservadora de la moda Expansión de la marca mediante licencias
<b>Ángel Schlesser</b> Santander, 1960	1960	1983 Ayudante de Juan Rufete 1984 Lanza sus propias creaciones y diversifica el producto 1990 Desfila en la Pasarela Cibeles de Madrid	

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Miguel Palacio</b> San Sebastián, 1962	<b>1962</b>	1989 Creó la marca PALACIO & LEMONIEZ 2000 Inició su trayectoria individual como MIGUEL PALACIO en España 2002 Línea de novias en colaboración con PRONOVIAS 2011 Inició su colaboración con la marca española HOSS INTROPIA	
<b>Modesto Lomba y José Luis Devota</b> Vitoria, 1962 y Argentina, 1962 - 1993 sc.  <i>1988 Premio «Ama el diseño joven»</i> <i>1989 Premio Cristóbal Balenciaga a los mejores diseñadores noveles</i>	<b>1962</b>	1989 Fueron invitados por el Secretario General de la Lana, a representar a España en el desfile de Creadores Internacionales de París 1990 <i>Fashion Center</i> de San Francisco 1995 Desarrollo de licencias y colecciones de Novia 1996 Colección <i>Ready-to-wear</i> para El Corte Inglés 2000 Elegido presidente de la Acme 2008 Nombrado patrono de la Fundación Cristóbal Balenciaga 2013 Liquidación, la marca pasa al grupo Kangaroos	Diseño y realización de vestuario escénico, teatro, cine y ballet Cofundador y presidente de la Acme y patrono de la fundación Balenciaga Sucesor de JESÚS DEL POZO Premio Dedicación a la moda en 2006
<b>Moda del Sol</b> Barcelona	<b>1963</b>	1963 Primer desfile en el Liceo de Barcelona 1979 Primer certamen de ropa de mujer <i>Imagenmoda</i> en la Cámara de Comercio de Madrid 1982 Gran Semana de la Moda En los 90 el diseñador Nacho Ruiz sustituyó a Fillol 2008 Fin de la marca	Primer antecedente de la Semana Internacional de la Moda Pioneros en organizar pasarelas Proceso creativo propio netamente español Miembro de la Societé des Modelistes de Francia
<b>Sybilla Sorondo</b> Nueva York, 1963  <i>1987 Aguja de Oro</i> <i>Premio Balenciaga en la categoría de joven diseñador</i> <i>2014 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> <i>2015 Premio Nacional de Diseño de Moda</i>	<b>1963</b>	1983 Abre taller a medida y presenta primera colección 1987 Firma contrato con la compañía italiana Gibó para su expansión internacional 1989 Colaboración con <i>Itokin</i> para la explotación de su marca en Japón 1996 Diseña el traje España 1998 Lanza la línea novias y vestidos de noche 2002 Firma con la empresa italiana Pier, para la producción mundial de sus líneas 2010 Presidenta de la Fundación <i>Fabrics for Freedom</i>	Sus trajes fueron los más vistos en la gala de los Premio Goya del cine español durante muchas ediciones El traje España fue portada de la exposición en el Museo Cerralbo «La moda es sueño. 25 años de talento español» Elemento especial: el sombrero Une fuerzas con Ecoalf para sus colecciones
<b>Teresa Helbig</b> Barcelona, 1963	<b>1963</b>	2004 Muestra de diseños en el Festival de Nuevos Creadores de Madrid 2008 Primera colección en la Pasarela 080 de Barcelona	
<b>Fernando LemonieZ</b> San Sebastián, 1964	<b>1964</b>	1984 Abre tienda-taller con MIGUEL PALACIO 1991 PALACIO & LEMONIEZ desfila en Pasarela Cibeles 1996 Dentro del calendario de la <i>Chambre Syndicale de la Couture del Ready-to-wear</i> 1997 Marca en solitario LEMONIEZ 2004 Colabora con TINTORETTO de El Corte Inglés 2006-08 Diseña joyas para SUÁREZ 2009 Primera tienda LEMONIEZ en Madrid 2010 Venta de sus colecciones en el espacio Creadores de España en El Corte Inglés de la Castellana de Madrid	2009 Miembro del jurado en el Premio de Fomento del Festival Internacional de Cine de San Sebastián
<b>Josep Font</b> Barcelona, 1965  <i>1988 y 1989 finalista del Premio Cristóbal Balenciaga</i> <i>2014 Premio Nacional de Diseño</i>	<b>1965</b>	1989 Primera colección en la Pasarela Gaudí de Barcelona 1991 Primera tienda en Barcelona 1997 Desfila en la Japan Fashion Week de Tokio tras su acuerdo con la empresa japonesa Itokin 2006-07 Presenta cuatro colecciones de Ready-to-wear en la Paris Fashion Week 2008-09 Presenta cuatro colecciones en la Semana de la Alta costura de París, invitado por la Federación de la Alta costura (únicos españoles seleccionados Paco Rabanne, Cristóbal Balenciaga y Manolo Pertegaz) 2012 Nombrado director creativo de DELPOZO después de concluir su relación con los propietarios legales de su marca	Afirma que no le interesa el lado práctico de la moda, solo la creación personal Todo el proceso de creación, desde el diseño a la confección se realiza artesanalmente en España «Hoy el consumidor de lujo no solo busca calidad e innovación, sino algo aspiracional»
<b>Miguel Adrover</b> Mallorca, 1965	<b>1965</b>	1999 Diseña línea de mujer que presenta en Nueva York 2000 Firma acuerdo con PEGASUS APPAREL GROUP 2007 Firma con HESS NATUR	Piezas icónicas en museos de Madrid, Chicago, Nueva York y Londres Último diseñador más internacional
<b>Hannibal Laguna</b> Venezuela, 1967  <i>2014 Dedal de Oro al Mejor Diseñador</i>	<b>1967</b>	1985 Empresa confección de punto de algodón en Valencia 1995 Debuta en la Pasarela Cibeles de Madrid 1998 Inaugura su <i>atelier</i> en Madrid 2009 Diseña la camiseta «I'm a real Spanish fashion fan» con fines benéficos	Seleccionado por Paco Rabaneda para representar a España en el Salón Internacional Europeo en EE.UU.
<b>Felipe Varela</b> Madrid, 1968	<b>1968</b>	1996-2002 Presentación de colección en la Pasarela Cibeles Madrid Fashion Week 2016 Desfila en la Mercedes Benz Fashion Week Madrid y prevé internacionalización	Ha trabajado para firmas internacionales como Kenzo, Dior, Lanvin y Mugler

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Iñaki y Aitor Muñoz</b> Bilbao, 1968	<b>1968</b>	1992 Fundación de la marca 1995 Debuta en Gaudí Barcelona y la Semana Internacional de Moda de Madrid 1999 Participación en ferias internacionales como el Salón del <i>Ready-to-wear</i> de París 2002 Participación en la exposición «Pasión diseño español» organizada por DDI-SEACEX y Ministerio de Ciencia y Tecnología	Colaboran regularmente con canales nacionales e internacionales de televisión y prensa
<b>Juan Duyos</b> Madrid, 1968	<b>1968</b>	1992 Ayudante de MANUEL PIÑA, ANTONIO PERNAS y ÁNGEL SCHLESSER 1997 Invitados por la embajada británica a participar en la London Fashion Week 1999 Marca en solitario DUYOS 2003 Nombrado director creativo de DON ALGODÓN 2006 Nace segunda marca FANDE DUYOS 2008 Participa en la exposición «MMModa» en el Queen Sofía Spanish Institute de Nueva York	Director del Grado de Diseño en ESNE y miembro del comité científico del IED Miembro de la Acme
<b>Miriam Ocariz</b> Bilbao, 1968	<b>1968</b>	2004-06 Directora de la colección mujer de ARMAND BASI 2009 acuerdo con el grupo Hp France para la distribución en exclusiva de las colecciones en el mercado japonés 2015 Liquidación de la marca	Su obra está incluida en la exposición permanente del Museo Nacional del Traje de Madrid
<b>Lydia Delgado</b> Barcelona, 1968  <i>Premio de la FIDEM</i> <i>Medalla de Oro Antoni Gaudí</i>	<b>1968</b>	Colaboración en el taller ANTONIO MIRÓ 1990 Tienda-taller en Barcelona 1998 Lanza su línea <i>Ready-to-wear</i> 2002 Firma contrato con PRONOVIAS 2004 Inaugura tienda en Madrid	Su obra ha sido incluida en múltiples exposiciones
<b>Amaya Arzuaga</b> Burgos, 1970  <i>2005 Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes</i> <i>2013 Premio Nacional de Diseño de Moda</i>	<b>1970</b>	1994 Salon de <i>Ready-to-wear</i> París y Cibeles 1996 Primera diseñadora española en participar en la London Fashion Week 2000 Primera tienda en Madrid 2003 Invitada por la <i>Camera Nazionale della Moda italiana</i> a participar en la Semana de la Moda de Milán 2011 Invitada por la <i>Chambre Syndicale</i> de la <i>Couture</i> y la <i>Chambre Syndicale</i> del <i>Ready-to-wear</i> a debutar con su colección en la Semana de la Moda de París	-
<b>Ana González</b> Toledo, 1970	<b>1970</b>	1996 Primera marca 2007 Se lanza en solitario como ANA LOCKING	Miembro de la Acme Colabora con diversas instituciones culturales y entidades artísticas a través de exposiciones, seminarios, conferencias y cursos, entre ellos el MCARS y el Museo del Traje de Madrid
<b>David Domínguez</b> Málaga, 1970 - Madrid, 2017  <i>2016 Premio Nacional de Diseño de Moda</i>	<b>1970</b>	2001 David Domínguez, Bimba Bosé y los hermanos Deborah, Diego y Gorka Postigo crean la marca DAVIDELFIN 2002 Primera colección en el Circuit IV de Barcelona 2004 Primera tienda en Madrid 2005 Miembros de la Acme 2001-2012 Proyectos relacionados con el ámbito del diseño, dirección de arte, producción de piezas audiovisuales, diseño de vestuario y actuación (conferencia «Almodóvar and Fashion» en el <i>Museum at the Fashion Institute of Technology</i> de Nueva York)	Pionero en abrir tienda online Tipografía personal seña de identidad Desfile de moda como espectáculo artístico Elemento representativo: el trampantojo
<b>Arnaud Maillard y Álvaro Castejón</b> Dijon y Pamplona, 1971 sc.	<b>1971</b>	2009 Crean la marca ALVARNO 2007 Arnaud abre <i>Le Faubourg</i> , primera <i>boutique</i> de lujo de Madrid 2010 Debutan en el Off de Cibeles presentada en el Palacio de Ferrán Núñez. Siguieron en la terraza del hotel Madrid, el Círculo de Bellas Artes, el Museo del Traje y en la residencia del embajador de Francia en España	Su <i>leitmotiv</i> : «La Luz de Madrid y el Espíritu de París» Sede en Madrid con un claro objetivo internacional Álvaro es colaborador académico del ISEM Fashion Business School, profesor de Moda y Creatividad en el curso «Total Design Summer» y director con Arnaud del Master Intensivo de Moda del Instituto Europeo de Diseño

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Equipo creativo del Grupo Inditex (Más de 200 diseñadores)</b> A Coruña, 1971  <i>2015 Premio Nacional de la moda</i>	<b>1971</b>	1971 Constitución de Confecciones GOA 1975 Primera tienda Zara en La Coruña 1988 Primera tienda fuera de España 2000 Instalación de la base de operaciones en Arteixo (La Coruña) 2004 y 2006 Asia 2010 Zara inició su venta por Internet 2012 Renueva la imagen de sus tiendas (4 principios (belleza, claridad, funcionalidad y sostenibilidad) 2016 ZARA SPORT y la primera colección unicex	Exportación inspirada en los gustos y deseos de la gente Controla todos los pasos del proceso: diseño, producción y distribución, a un ritmo de pocas semanas Las tiendas siempre se abren en las principales ciudades del mundo Renuevan la decoración de sus tiendas periódicamente para ofrecer imagen nueva Uso de tecnologías de la información
<b>José Castro</b> Pontevedra, 1971  <i>2000 The Royal College of Art Society Prize</i> <i>Premio Barcelona es Moda al mejor profesional</i>	<b>1971</b>	2001-2004 Director creativo de MIRÓ JEANS 2004-05 Profesor en la <i>Escola Superior de Disseny, la Escola de Arts i Tècniques</i> de la Moda y del IED 2008 Nombrado diseñador del nuevo concepto de la marca DESIGUAL 2009 Diseña BERSHKA BY JOSÉ CASTRO 2011 Vuelve a DESIGUAL con su propia célula de diseño	2009 Ingresó como miembro de la Acme
<b>Juanjo Oliva</b> Madrid, 1971	<b>1971</b>	Ilustrador, estilista asistente y diseñador para SYBILLA, ZARA, ISABEL BERZ y HELENA ROHNER 1994-1996 Asistente de comunicación y organización del Salón para Jóvenes Creadores de Hortensia de Hutten, creador de cuadernos de tendencias para SARA NAVARRO o AMAYA ARZUAGA y coordinador del desfile de ANTONIO PERNAS 1996-1999 Director artístico de la línea de «S» de Sybilla, director artístico de JOCOMOMOLA 1999 Responsable de la línea hombre de AMAYA ARZUAGA 2003 Debuta en la Pasarela Cibeles de Madrid 2007 Ingresó en la Acme 2010 Comienza su colaboración con El Corte Inglés	Participó en las exposiciones «MMMY» en el Queen Sofía Spanish Institute y «20 iconos del siglo XX» en el Museo del Traje de Madrid Prenda estrella: el vestido
<b>Iván Martínez e Inés Aguilar</b> Madrid, 1972 y 1975 sc.	<b>1972</b>	1998 Fundan la marca 1999 Presentan su primera colección y desfilan en el Círculo de Bellas Artes, Circuit de Barcelona 2008 Se une Brianda Fitz-James Stuart	Realizan encargos puntuales o diseñan colecciones para otras marcas como CARTOON, ADIDAS, NETWORK o ALFA Docentes en escuelas de moda Participación en ferias y conferencias en el Museo del Traje en Madrid y el Museo de Arte de Málaga
<b>Miriam Ponsa</b> Barcelona, 1973  <i>2011 Premio 080 Barcelona Fashion a la mejor colección</i>	<b>1973</b>	2011 Premio Especial 080 Barcelona Fashion por el Departamento de Comercio y Turismo de la Generalitat de Cataluña	Su trabajo es un <i>work in progress</i> (investigación constante) Diseña y comercializa en colaboración con XELL MIRAS y JOSEP ABRIL
<b>Carmen March</b> Palma de Mallorca, 1974	<b>1974</b>	2000 Marca con el diseñador JUANJO OLIVA 2004 Marca en solitario. Taller en Madrid 2005 Debuta en Pasarela Cibeles 2008 Inauguró taller de costura en Madrid 2009 Semana de la Moda en Nueva York	Colaboraciones con SUÁREZ, DUYOS y LARRAINZAR Fue directora creativa de PEDRO DEL HIERRO
<b>José Miró</b> Palma de Mallorca, 1975  <i>2009 Diseño de los uniformes del Pabellón de España en la Expo de Shanghái</i>	<b>1975</b>	1996-99 Trabaja con THIERRY MUGLER 2000 Jefe del estudio ÁGATHA RUIZ DE LA PRADA 2001 Marca propia 2001-03 Presenta sus colecciones en el Circuit de Barcelona 2006-10 Presenta sus colecciones en Cibeles 2005 Primera tienda en Palma de Mallorca 2010 Tienda online	Primer español en la feria internacional Metropolitan Fashion Week de Londres Su obra ha sido incluida en múltiples exposiciones «No es lo mismo la moda industrial que la moda del creador, puesto que esta última exige un toque visionario y personal del mundo»
<b>Alma Aguilar</b> Madrid, 1976	<b>1976</b>	1996 Colabora con los diseñadores PACO CASADO y DEVOTA & LOMBA e ilustró una colección de joyas para ANSORENA 1998-99 Primera marca y tienda 2004 Participante en la New York Fashion Week y miembro más joven al ingresar en la Acme 2010 Entra a formar parte de la junta directiva de la Acme	-

DISEÑADOR/CREADOR	NACIMIENTO	HITOS	OTROS DATOS
<b>Juanjo Fiz</b> País Vasco, 1976  2004 Medalla de Oro	<b>1976</b>	2002 Crea la marca ION FIZ 2000-2004 Realiza colecciones para ELISA AMANN y PERTEGAZ 2006-2009 Presentación activa de colecciones 2004 Exposición «31 vueltas a un bolso» en el Museo del Traje de Madrid y el Instituto Valenciano de Arte Moderno 2005 «Barbie 45 aniversario», en el Museo del Traje de Madrid 2006 «Hombres en falda» en Madrid, «Under de Clothes» en la Fundación de Arte Bilbaoarte y «20 iconos del siglo XX» en la Fundación Ars Nova de Mallorca	Miembro de la Acme Director del Master Intensivo de Diseño de Moda IED
<b>Mirella Miras</b> Barcelona, 1976	<b>1976</b>	2003 Primera colección en la Pasarela Gaudí 2008 Colaboración con firma industrial para crear su marca	Premio <i>Barcelona es Moda</i> al mejor profesional del sector
<b>Maya Hansen</b> Madrid, 1978	<b>1978</b>	2002 Pasarela Gaudí 2009 Semana de la Moda de Valencia 2011 Ego de Cibeles 2012 Debuta en la Pasarela Cibeles Madrid Fashion Week	Elemento clave: el corsé Miembro de la Acme
<b>María Escoté</b> Barcelona, 1979	<b>1979</b>	2007 Primera Colección en el Moda Fad de Barcelona 2010 Primera vez en la Pasarela Madrid Fashion Week	-
<b>María Barros</b> A Coruña, 1980	<b>1980</b>	La colección de su tesis fue seleccionada para desfilarse en la ciudad de Milán Se incorpora al equipo de ROBERTO CAVALLI en Florencia 2003 Crea su propia marca	Considera el diseño como un estudio multidisciplinar
<b>Equipo creativo de Desigual</b> Barcelona, 1984	<b>1984</b>	1985 Primera colección 1991 Primeros estampados característicos 1997 Desfila en la Pasarela Gaudí de Barcelona 2006 Primer establecimiento internacional 2013 Desfila en la New York Fashion Week	-
<b>Equipo creativo de Mango (200-250 diseñadores)</b> Barcelona, 1984	<b>1984</b>	1984 Primera tienda en el paseo de Gracia de Barcelona 1995 Portal de Internet de MANGO 2000 Comienza la venta online 2005 Se presenta MANGO TOUCH dedicada solo a complementos de la firma 2006 Desembarca en EE.UU. 2016 Nuevo proyecto de unificación de líneas bajo MANGO MEGASTORE	Cadena española más internacional Su fórmula de fabricación y distribución <i>just in time</i> les permite renovar artículos semanalmente Pionera en colaborar con celebridades Centro de diseño más grande de Europa Segundo mayor grupo español de distribución de moda 85 % Facturación en el extranjero
Fuente: diversas fuentes. Elaboración propia			