

NFØ2

I'M INTO CREATIVITY
Abril 2013 4€/ Spain

Canarias: 4,20€
España: 4€
France: 6,50€
Germany: 9,70€
Italy: 4,90€
Portugal: 5€
Uk: 5,99£



**Made
In Mad**

ESPECIAL
MADRID





GUEST CREATIVE AMAYA ARZUAGA

Hija de Florentino Arzuaga y María Luisa Navarro, un reconocido bodeguero de la Ribera del Duero y una empresaria textil, y madre de un niño de 2 años que probablemente será lo que quiera ser: Amaya Arzuaga, burgalesa nacida en Lerma hace 43 años y convertida en marca en 1994. Tras 19 años de historia, es la firma más internacional de la moda española. Sus diseños no solo han desfilado en las principales pasarelas españolas, también lo han hecho en las más prestigiosas Semanas de la Moda en el mundo: Londres, Milán y París, donde actualmente presenta su primera línea. Una moda sensata, personal y cualitativa que nunca ha visto la pasarela como un fin, sino como un medio para llegar a su público. Con la conciencia en la producción española, Amaya Arzuaga comercializa sus colecciones a través de su boutique online y unos 180 puntos de venta, la mitad de ellos en mercados internacionales como Japón, China, Singapur, Kuwait, Arabia, Qatar, Italia..., entre los más relevantes se encuentran Luisa Via Roma en Florencia, I.T en Hong-Kong, Gallery en Madrid o Via Bus Stop en Tokio. Diseñadora y, a su pesar, empresaria, Amaya Arzuaga está contenta con todo lo que ha hecho, aunque “también sé que hay cosas que nunca seré capaz de hacer”.

POR: RUBÉN MANRIQUE, RAMÓN FANO, JAVIER ABIO, TERE VAQUERIZO & PEDRO PAN.

TEXTO: MONGÓMERI FOTOS: RAINER TORRADO

“DE MI MADRE HE APRENDIDO CASI TODO LO QUE SÉ DE MODA, EL VALOR DEL ESFUERZO Y LA PERSEVERANCIA” (Amaya Arzuaga)



QUEST CREATIVE
067

TEXTO: MONGÓMERI FOTOS: RAINER TORRADO

El viernes día 15 de febrero quedamos con Amaya Arzuaga en su showroom madrileño. Tiene que ser ese día porque la diseñadora solo viene a Madrid los viernes, el resto de la semana lo pasa en Lerma, a 2 horas y un minuto de Madrid según Google Maps. El 20 de febrero presenta en la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid la colección otoño invierno 2013-14 de su segunda línea, AA de Amaya Arzuaga, con una novedad: hombre. Pocos días antes, la cita se pospone. Las fotos las haremos en París, el domingo 3 de marzo, a las 12 de la mañana, 54 horas antes de la presentación de su primera línea en la Semana de la Moda de París. Quedamos en un estudio cerca de la Embajada Española, donde se celebra el desfile. Allí somos testigos en primicia de la colección y de todos los preparativos de la puesta en escena. Siempre con prisas, pero siempre con tiempo para dedicarnos un buen rato y compartir con nosotros toda su historia, sus pensamientos y gustos.

FAMILIA: “Desde pequeña me encantaba ir a la fábrica”, Elipse, nombre de la empresa textil familiar dirigida por María Luisa Navarro, madre de Amaya. “Al principio iba para jugar al escondite o a patinar. Pero poco a poco fui aprendiendo a coser botones, hacer ojales y unas cuantas cosas más. Luego estuve un año trabajando allí, pero más enfocada a aprender el funcionamiento de una marca y la fabricación de punto. De mi madre he aprendido casi todo lo que sé de moda, el valor del esfuerzo y la perseverancia. Cuando creé mi propia firma en 1994, mi madre siempre me apoyó, aunque me advirtió de que sería duro y, como casi siempre, no se equivocó. Lo mejor de trabajar en familia es que te quieren, y lo peor es que cuesta mucho que te dejen de ver como una niña. Supongo que haber tenido contacto con el mundo de la moda desde pequeña influyó en que eligiera esta profesión, pero fue más una vocación que una imposición familiar. Aunque tengo que decir que hice pruebas de admisión para otras 2 carreras. Quizás no tenía claro qué es lo que quería estudiar, pero sí sabía a lo que me quería dedicar”.

FORMACIÓN: “Estudié moda en la Universidad Politécnica de Madrid. Elegí este centro porque era la única universidad en Madrid donde se podía estudiar moda. Recuerdo mi fascinación por las primeras clases de Arte o Teoría de la Moda, y también el cambio que supuso para mí pasar de estudiar en un internado a hacerlo en la universidad. Mi idea era irme después a Londres para estudiar en la Saint Martins, pero fue imposible porque nada más licenciarme me puse a trabajar. Todavía hoy sigo lamentando no haber ampliado mis estudios en Londres. También me hubiera encantado hacer prácticas en Margiela, pero no creo que me hubiera atrevido ni a mandar un currículum”.

IDOLOS: “Durante esa etapa de formación, mi ídolo era Gaultier, creo que sus primeras colecciones influyeron para que estudiara moda. Sus primeros años fueron increíbles, revolucionó totalmente el concepto prêt à porter. También Rei Kawakubo y Martin Margiela. A Gaultier le conozco, he coincidido con él en varias ocasiones y es encantador. A Rei Kawakubo solo la he visto una vez cuando ella salía de una de sus tiendas Comme des Garçons, y después de más de 20 años sigue fascinándome, sorprendiéndome y siendo mi referente. A Margiela le considero un genio, a él creo que no le he visto nunca, que yo sepa”.

AMAYA ARZUAGA: “El inicio de la firma lo recuerdo idílico. Todavía sin nombre comercial, metimos una pequeña colección en una maleta y nos fuimos a vender a la feria de París con unos resultados que jamás hubiéramos imaginado. Mi primer desfile fue en Barcelona (Gaudí), y me ayudó mucho Manuel Outumuro, él fue quien me dio el empujón que necesitaba. Como no teníamos presupuesto, las modelos desfilaban sin zapatos, solo con calcetines que habíamos teñido en casa”, -ya entiendo porque ahora son tan alucinantes los zapatos de Amaya Arzuaga-. “Creo que en ese momento nos enfrentamos a la moda sin pensar mucho en ello, sin miedo y funcionó. Luego ha sido infinitamente más complicado. En ese momento tenía pánico escénico, pero no me jugaba nada. La tensión era diferente. Ahora tengo más presión y más cosas que defender. Lo que aún se me resiste es el tema empresarial y la producción. Nunca me he visto a mí misma como empresaria, es más una consecuencia de ser diseñadora y no siempre me gusta”.

LINEAS: “AA es la segunda línea, la que presento en la pasarela de Madrid, es la colección que más se vende y va destinada a un público más amplio. Dentro de esta línea, para el próximo otoño invierno apostamos por el abrigo. Amaya Arzuaga es la primera línea, presento su colección en París, y es más conceptual, no tiene las concesiones que tiene la segunda línea. La idea para el invierno 2013 es llegar a una delicada femineidad a través de piezas masculinas como los pantalones o los chalecos”.



“NUNCA ME HE VISTO A MÍ MISMA COMO EMPRESARIA, ES MÁS UNA CONSECUENCIA DE SER DISEÑADORA Y NO SIEMPRE ME GUSTA” (A.A)



“ME INTERESA EL RECONOCIMIENTO QUE ME PERMITA SEGUIR HACIENDO MEJORES COLECCIONES CADA AÑO”. (A.A)



HOMBRE: “Volvemos a presentar hombre en AA, hemos estado 6 años sin hacer colección para ellos. Sin duda, no hacer una colección de forma continuada no ayuda a potenciar la marca, y aunque no tenemos expectativas de unas ventas muy grandes, sí tenemos una pequeña demanda, por lo que a partir de ahora haremos hombre de forma continuada”.

CREATIVIDAD: “Me influye el arte, la arquitectura, los objetos cotidianos o cosas de la naturaleza. He hecho piezas inspiradas en cuadros, esculturas, instalaciones, mariposas, en hojas, en los encabezados de los faxes, o en un anuncio gráfico de Marlboro”. Por ejemplo, la obra del pintor norteamericano Lorser Feitelson, precursor del movimiento Hard Edge, es una de sus últimas influencias. Amaya Arzuaga interpreta la abstracción geométrica y cromática de esta corriente pictórica de los años 50 en su colección FW 2013-14

INDEPENDENCIA: “Soy una marca independiente, lo que me aporta libertad, pero lo malo es que tampoco tengo un grupo detrás que me aporte apoyo financiero y logístico. La verdad es que en tiempos mejores tuve alguna oferta interesante para comprar mi marca, y no vendí. Hay días en los que me arrepiento. A veces echo de menos diseñar para otros y no tener que llevar el peso de la empresa, pero por otro lado tengo claro que me gusta ser independiente, aunque sea un pedacito en el océano”.

ESPAÑA: “En España me siento relativamente reconocida. No me interesa ser una marca de culto, ni la historia de mi marca. Me interesa el reconocimiento que me permita seguir haciendo mejores colecciones cada año”.

MBFWM: “Yo sigo llamándola Cibeles. Entiendo la necesidad de sponsors, pero creo que se necesitaría una regeneración más amplia”.

LICENCIAS: “Tengo una licencia de ropa de cama y otra de menaje. Pero solo hago licencias en las que pueda decidir el diseño. También colaboro con Miele, tienen unas lavadoras fantásticas”.

PASARELAS: “Desfilas en España es mucho más sencillo y asequible. Tienes el espacio, las modelos, la peluquería, el maquillaje... todo por un precio muy asequible. Pero falta prensa internacional y compradores. En las pasarelas internacionales tienes que pagar todo de forma individual: el espacio, las modelos, las vestidoras, el sonido, las luces, la seguridad, el catering... Aunque ese gasto extra también le da otra magia a los desfiles, puesto que cada diseñador elige el espacio que más le va a su colección, y cada presentación es única. Cuando me planteé que era necesario salir a desfilas fuera de España, Londres me pareció la elección lógica porque no dejaba de ser una pasarela emergente y de un tamaño pequeño donde empezaban a destacar diseñadores como Chalayan o McQueen. Desfilé en Londres durante 8 temporadas. Después, la Cámara de Moda de Italia me invitó a desfilas en Milán y allí estuve 2 años. Me sentía cómoda en Milán, pero tampoco llegué a pensar que fuera mi sitio. Mi objetivo siempre había sido París, pero hasta 2010 no me atreví a dar el paso. Me imponía mucho, y aún le tengo un gran respeto. Acabo de presentar mi sexto desfile en París, y espero que puedan haber muchos más. Cuando me planteé desfilas en París no quise renunciar a la pasarela de Madrid, y puesto que Cibeles (MBFWM) es antes, no tenía sentido presentar en París algo que ya había sido visto en otra pasarela, por lo que decidimos que la segunda línea, AA de Amaya Arzuaga, que ya existía pero con la que hasta entonces no la mostrábamos en pasarela, desfilara en Madrid, mientras la primera línea lo hacía en París. De momento, la pasarela que más beneficios económicos me ha reportado es la de Londres, y París la que más satisfacciones personales me ha dado. Además de desfilas en París, allí también tenemos un showroom donde se centralizan las ventas internacionales (MC2), y una oficina de prensa (Totem). En Madrid también tenemos showroom de prensa”.

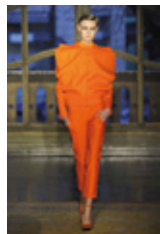
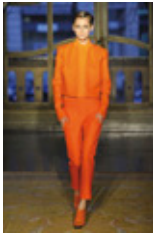


GUEST CREATIVE 074

INTERNET: “Ahora mismo me planteo no plantearme abrir una tienda hasta dentro de 2 años. Cerrar la tienda física de Madrid y abrir la tienda online ha sido toda una liberación. Yo lo compro todo por internet. Funciona bien. En España funcionan mejor las ventas en rebajas que en temporada. Sin embargo, en el resto del mundo es al revés. Es cierto que comprar un libro, una película o un cedé es mucho más fácil que un vestido, por lo que lleva su tiempo que la gente se habitúe. La gente normalmente pasa bastante tiempo probándose una prenda y en el comercio online eso no es posible. Aunque las políticas de devoluciones sean eficaces, hay muchas personas a las que aún les da miedo. Llevaba años pensando abrir una tienda online, pero hacerlo a nivel global es complicado o caro, por lo que enviamos el proyecto a una de las subvenciones del Ministerio de Cultura y fue aprobado”.

EQUIPO: “Actualmente somos un equipo de 20 personas. 6 en diseño y patronaje, y 14 en producción. Solemos contratar a un becario por año en diseño, a otro para patronaje, y a varios para el showroom de Madrid. Mis 2 asistentes empezaron haciendo prácticas”.

JOVENES: “Creo que dentro de las nuevas generaciones de vez en cuando hay alguien que destaca, lo que no es poco. Hay muchas escuelas, y me parece bien que haya opciones, pero creo que más vale calidad que cantidad. El problema es que cada día es más difícil llegar, por la competencia, los países emergentes, el bajo consumo y porque la industria de la moda está en manos de grandes grupos por lo que sin financiación detrás, y eso en España es complicadísimo, cuesta mucho hacerse un hueco”.



ESTADO: “Yo creo que las pasarelas españolas son un escaparate, pero no tengo tan claro que comercialmente funcionen, y es ahí donde deberían entrar las ayudas. No tiene sentido mostrar algo que ni se va a producir ni va a generar, que es lo que hacen que las ayudas estén justificadas. El concepto prêt à porter no está del todo claro. Y creo que está comprobado que los políticos no saben administrar lo que recaudan. Sin políticas de apoyo serias y racionales es muy difícil. El problema de las pasarelas españolas es que al estar subvencionadas a veces se utilizan más por la foto que para buscar un negocio real. Por otro lado, creo que las subvenciones deberían volcarse en los jóvenes. Amaya Arzuaga cuenta con la ayuda del ICEX (Instituto Español de Comercio Exterior), como cualquier empresa española que salga al extranjero”.

PRODUCCIÓN: “Produzco todo en España, la parte de punto en nuestro taller, y la parte de tela en pequeños talleres españoles. Antes hacía la producción de punto en el taller de mi madre en Lerma (Burgos), pero al haberlo cerrado en 2011 hemos tenido que contratar a más personas para poder fabricar desde allí las colecciones de punto. Fue un momento complicado porque había gente en el taller de mi madre con la que siempre había trabajado. El problema de producir aquí es que, como cada vez se vende menos y los costes de producción son muy elevados, cada vez quedan menos talleres por lo que competir con los países emergentes es casi imposible”.





“LAS MONJAS DE LERMA TRABAJAN CON NOSOTROS. UNA VEZ NOS HICIERON UNOS LEGGINS DE LENTEJUELAS Y CREO QUE AÚN NO HAN SALIDO DE SU ASOMBRO” (A.A)



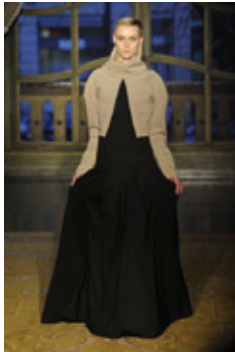
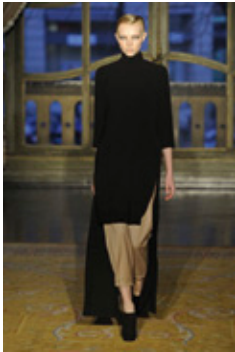
LERMA: “La mayor ventaja de trabajar desde Lerma (Burgos), es que durante la semana solo monto en bici, cuido mi huerto y me dedico a trabajar sin distracciones. Lo peor es que como quiera hacer otra cosa, no puedo. Si os acercáis por aquí os recomendaría Casa Antón para comer cordero y ensalada, y una visita por el casco histórico y los conventos. Las monjas hacen unos dulces deliciosos. Desde el principio de la firma, las monjas de Lerma trabajan con nosotros, nos cosen jerséis y prendas de punto. Una vez nos hicieron una serie de leggins de lentejuelas, y creo que aún no han salido de su asombro”. Y como firma burgalesa, también ha desfilado en la pasarela de Castilla y León que se celebraba en Burgos, “lo hacía como apoyo y creo que, si hay dinero bien invertido, estas pasarelas no están mal como paso a una pasarela nacional. Eso sí, solo en el caso que vayan destinadas a buscar nuevos talentos”. La pasarela parece que el próximo junio 2013 vuelve a Burgos, pero con una aportación de dinero público reducida a más del 90% de lo que donaba la Junta de Castilla y León en los años previos a la crisis”.

BODEGAS: “Amaya Arzuaga también firma un vino, Colección 2008, un tinto Ribera del Duero; concepto, el de la denominación de origen, que debería imitar la moda española. “Las bodegas Amaya-Navarro es un proyecto de mis padres. Recomendando siempre ir a la bodega y hacer un pequeño curso de cómo se hace el vino, además de visitar toda la Ribera del Duero <www.hotelarzuaga.com>”.

<www.amayaarzuaga.com>

Imágenes de la presentación en la Semana de la Moda de París de la colección otoño invierno 2013-14 de Amaya Arzuaga en los salones de la Embajada de España, espacio donde habitualmente desfila la firma burgalesa.

Fotos: Rainer Torrado
Fotos desfiles: Estrop/Francesc Tent





Bon Iver



Girls Names

MÚSICA080

TEXTO: TEREVISIÓN RUIZ

Amaya adora la música y además está muy al día de todo lo que se cuece en el panorama musical internacional. Afirma escuchar música constantemente, y además es compradora habitual de discos, eso sí, en formato digital. “Siempre estoy escuchando música; indie, rock, folk... o cualquier cosa que me acabe de comprar”. Cuando le hicimos esta entrevista el último álbum que había adquirido era el nuevo trabajo de Girls Names, “The New Life”. Un grupo de Belfast liderado por Cathal Cully a los que pudimos ver en directo hace muy poco en Barcelona, en el festival Make Noise que organizaron Converse y This Is Underground. Mientras que el primer disco del grupo, Dead to Me, publicado en 2011, tenía un sonido más surfero y alegre, este nuevo trabajo explora vías más oscuras adentrándose en terrenos post-punk. Continuamos con nuestro cuestionario musical. Dos de los músicos que más admira son Thom Yorke y Jarvis Cocker. El primero es noticia por su proyecto, Atoms for Peace, con el que acaba de publicar “Amok”. El grupo se formó en 2009 y junto a Thom Yorke encontramos otros pesos pesados como Flea (Red Hot Chili Peppers), Nigel Godrich (productor de Radiohead), Joey Waronker (Beck



The Black Keys

y R.E.M) y Mauro Refosco. Un supergrupo que en un primer momento nació para arropar el proyecto en solitario de Thom Yorke, “The Eraser”, y que ahora lanza su disco debut. El resultado es un álbum que se podría etiquetar como pop experimental por el que planea como protagonista la inconfundible voz de Thom Yorke. En cuanto a Jarvis Cocker, después de su regreso con Pulp a los escenarios en 2011 se rumoreaba que quizás el grupo grabara material nuevo, pero de momento Jarvis asegura que no han pasado por el estudio ni tienen intención de hacerlo, al menos de momento. A la hora de elegir la música para sus desfiles Amaya cuenta siempre con el asesoramiento de Javier Peral, músico y diyéi conocido internacionalmente por su trabajo relacionado con el mundo de la moda y del arte, siendo el encargado de poner la banda sonora de fiestas privadas, desfiles de moda, aperturas de tiendas y muchos otros eventos. Entre sus muchos clientes se encuentran también Carolina Herrera o Calvin Klein. A Amaya Arzuaga le gusta ir a conciertos, algo que hace a menudo, los dos últimos han sido los de Black Keys y Bon Iver. Queda claro que Amaya tiene tan buen gusto para la música como para la moda.



Petite Noir



David Bowie



Yeah Yeah Yeahs



The Strokes

The Knife, Yeah Yeah Yeahs, OMD, Woodkid, The Strokes... Todos estos grupos y artistas están de plena actualidad porque acaban de publicar disco o lo harán de forma inminente, así que le pedimos a Amaya Arzuaga, que, entre todos ellos, elija a su favorito o favoritos: “Yeah Yeah Yeahs. Adoro a Karen O. Aunque ‘Is This It’ de los Strokes es uno de mis discos favoritos”. Somos muchos los fans que llevábamos tiempo esperando un nuevo trabajo de Yeah Yeah Yeahs. Y por fin ha llegado. “Mosquito”, su cuarto disco, se publicará el próximo 16 de abril. De momento solo hemos podido escuchar uno de los temas del disco, “Sacrilege”. El álbum estará compuesto por once canciones, diez producidas por David Sitek de TV On The Radio junto a Nick Launay, y una producida por James Murphy y Sam Spiegel, así que las expectativas son muy, muy altas. Karen O defenderá Mosquito con su nueva melena rubia. De hecho, en mayo lo presentarán en algunas ciudades europeas, pero de momento no hay fechas en España. The Strokes también regresan con “Comedown Machine”. Su quinto disco de estudio grabado por completo en Nueva York, en los Electric Lady Studios. De momento parece que no habrá gira de presentación. Otro de los músicos que ha vuelto, y ha sido además toda una sorpresa, es David Bowie, de quien Amaya también se declara fan. El pasado 8 de enero anunció la publicación de su nuevo álbum, su 30º disco grabado en estudio, y poco después, el 12 de marzo, se publicaba “The Next Day”. Un álbum producido por Tony Visconti que nos devuelve a un Bowie en plena forma, en un disco descarnado, sin florituras, un disco de rock que algunos aseguran es de lo mejor que ha hecho en los últimos años. Ahora solo falta saber si habrá gira. Parecía que no, pero unas declaraciones de su mujer, Iman, indican que sí. Seguimos a la espera. Por último, le pedimos a Amaya una recomendación musical y nos habla de Petite Noir, que publicará su primer álbum este año. Petite Noir es Yannick Ilunga, belga residente en Johannesburgo. Fue miembro del dúo de electrónica Popskarr. Con Petite Noir ha instaurado una nueva etiqueta, “noir wave”, una mezcla de new wave, pop y sonidos africanos. Su primer single “Till We Ghosts” ha despertado una gran expectación, por lo que muchos esperan ya impacientes la llegada de su primer disco. Quien sabe, lo mismo alguna de sus canciones acaba sonando en los próximos desfiles de Amaya Arzuaga...



FOOD 082

GUEST CREATIVE

TEXTO: PEDRO PAN

Amaya Arzuaga empezó en 2009 a elaborar su propio vino, todo un homenaje al negocio familiar, ya que su padre, Florentino Arzuaga (Bodegas Arzuaga-Navarro), es uno de los mejores bodegueros de nuestro país. “Desde hace 4 años hago un vino tinto en la Ribera del Duero. El vino se llama Amaya Arzuaga Colección y cada año cambiamos el packaging dependiendo de la colección que ese año presentamos en París. La etiqueta es una foto del look más representativo de la temporada. Es una selección de viñedos prefiloxéricos de tres suelos distintos, arenas gravas y arcillas. Para la elaboración primero elegimos los viñedos y luego los mejores racimos, ya que usamos todas las catas que se encuentran en la viña, tanto tintas como blancas. Se encuba todo junto incluido el raspón y se deja que fermente por su pie sin alteraciones del enólogo. Se trata de expresar de la mejor forma posible el terruño y las cualidades de la uva. Es un vino que no lleva ni levaduras ni filtrados, e incluso se embotella a mano para no alterar el producto”. Además del suyo propio otros vinos que recomienda son los Vega Sicilia, los grandes Burdeos, “sobre todo los Haut Medoc con alguna incursión de Pomerol”, los Borgoñas de grandes pagos en las buenas añadas y algún cabernet de Napa. En cuanto a la cocina, afirma que le encanta cocinar cuando tiene tiempo, por ejemplo, los fines de semana. “Me gusta probar platos nuevos y me encanta ir al mercado. Para mí es un placer, me gusta mucho seleccionar, oler y ver los alimentos. Siempre que viajo suelo ir a los mercados locales de las ciudades que visito”. A la hora de comer sus platos

favoritos son los arroces hechos en paellera y la fabada. Aunque su cocina preferida es la española, también le gusta mucho la asiática y la peruana. Uno de los platos que ha probado últimamente, y más le ha sorprendido, es la papada de cerdo con puré de patatas y caviar. No le gustan nada las coles de Bruselas y no puede comer queso, aunque le gustaría, porque es alérgica. Entre sus restaurantes favoritos nombra Es Xarcu, en San José (Ibiza): “También influye mucho el hecho de que cuando voy allí suelo estar de vacaciones, pero me encantan sus gambas rojas, los raors o el pescado al horno”. Como curiosidad, nos cuenta que hace unos diez años hizo una colección con recetas de cocineros españoles: “Era una serie de playa con recetas impresas, como fabes con almejas, o rabo de toro”. A la hora de salir a tomar una copa, si todavía no es muy tarde, se decanta por el vino o el gin tonic: “Me gustan las ginebras secas o medio secas, las muy florales o pesadas no me van. Me gustan London Gin, Martin Miller’s o No. 209. Por la noche suelo beber J&B con Coca Cola”. Su cocinero favorito es Abraham García, “por su mezcla de tradición y vanguardia”, indica. Abraham está al frente del restaurante madrileño Viridiana, del que Amaya dice que le gusta porque es uno de esos restaurantes donde comería todos los días. Para terminar le preguntamos con qué personaje famoso le gustaría compartir una comida: “Con Thom Yorke o Borges”. Lo de Borges ya no será posible, pero lo de Thom Yorke... ¿quién sabe? Quizás sea algo que nos cuente en la próxima entrevista.





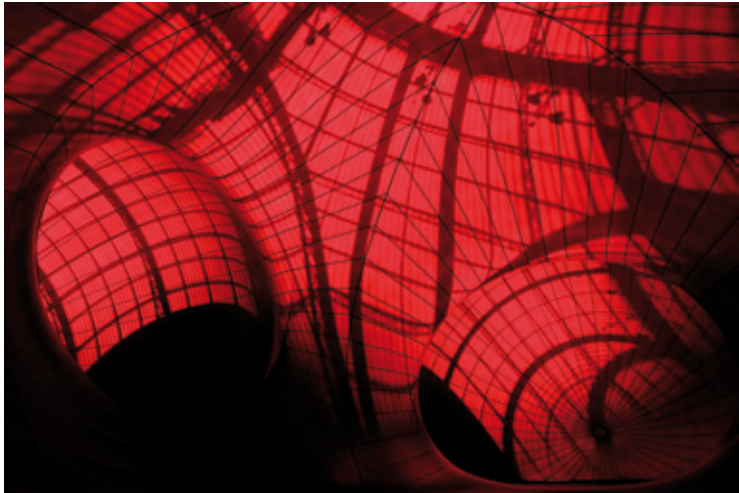
Todas las imágenes: Anish Kapoor. Leviathan. Diferentes vistas de la instalación.
Foto: Didier Plowly. © Monumenta 2011. Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia.

ARTE

GUEST CREATIVE

TEXTO: MARIANO MAYER

Amaya Arzuaga toma posición a la hora de relacionar moda y arte: “La moda se nutre y se influye del arte, a veces incluso es capaz de influir a los artistas y a sus obras, pero no creo que sea arte en sí misma”. Es en este camino donde las cercanías producen una diferencia donde la diseñadora parece encontrar una zona de estímulos y referencias. El tipo de estructuras y reflexiones materiales que los lenguajes artísticos son capaces de accionar descubren relaciones que si bien pueden resultar próximas, son muy diversas. Por ello es posible hablar de ciertas influencias y de modalidades porosas y en casi ninguna ocasión de estructuras idénticas. Desde tal perspectiva la respuesta sobre las influencias y atenciones resulta de lo más fluida: “Sin lugar a dudas el arte abstracto es uno de los movimientos que más me han influido. Por su capacidad de deconstruir la realidad y sintetizarla, de multiplicar los puntos de vista y los planos geométricos o de transgredir los límites establecidos. También las instalaciones y el modo en que los objetos pueden cambiar su significado por encontrarse en un contexto diferente. Ayudan a desarrollar el pensamiento paralelo, haciendo que un objeto, un material, un tejido o un color sean mirados para un uso o aplicación completamente diferente a la que normalmente tiene”. Al





CUEST CREATIVE 087

tener que concentrar el interés en algunos artistas Amaya Arzuaga nombra a Anish Kapoor y Richard Prince junto a Juan Muñoz, Andreas Gursky, Nancy Spero o Gordon Matta Clark. Desde finales de los años 70 Richard Prince ha venido desmantelando la noción de autor, primero como hacker visual buceando en los archivos publicitarios para elaborar sus fotografías de fotografías (refotografías) en las que la nueva imagen ofrecía las pistas de una iconografía publicitaria a la que le han sido amputados sus logos. Y más adelante a través de pinturas, objetos, dibujos y collages cuyos interminables conjuntos seriados anulan la posibilidad de ser entendidos como objetos únicos. El pop desmitificador, lúdico y autorreferencial practicado por Richard Prince hace que objetos e imágenes se mezclen en una circulación ya existente, desplegando un nuevo campo de atención. Son imágenes sugestivas que pueden ingresar con velocidad en otros canales de circulación como sus celebradas “enfermeras”, primero en la portada de Sonic Youth (Sonic Nurse) y luego en algunas de las prendas y bolsos de Louis Vuitton (Spring 2008). La cadena de sentidos que organizan las fotografías, pinturas y objetos de Richard Prince dismantela distinciones entre valor, utilidad, original y copia. Otra zona referencial de Amaya Arzuaga es la constante evocación estética que producen los materiales sin tratar con los que Anish Kapoor traduce invisibles situaciones y gestos cotidianos. La mayoría de las situaciones escultóricas que Anish Kapoor desarrolla son fruto de una práctica que aúna ingeniería y arquitectura, que al experimentarlas, tales fuentes desaparecen en favor de una especie de inmediatez visual y corporal. La poética material y perceptiva del artista se construye a través de geometrías volumétricas de pigmentos que surgen de muros y suelos a modo de naturalezas abstractas “auto-generadas”, o espacios monocromáticos que anulan la percepción espacial más allá de la constante de color. En un juego de escalas permanente que le permite instalar en espacios públicos estructuras reflectantes tan grandilocuentes como espectaculares, o realizar trabajos en papel en los que investiga el paso de la luz a la oscuridad, a través de plenos de color cuya gradación llega a componer una franja blanca, en un juego de reminiscencias a la línea del horizonte, el límite entre el agua y el cielo.

Concept Jet, diseño de Marc Newson para la Fundación Cartier (2003).



Grifo y bañera de la colección diseñada para la firma australiana Caroma por Marc Newson (2012).

Taburete Equus



Asiento FranzLang, diseños de Florian Saul (2012).

DISEÑO 089

TEXTO: TACHY MORA

Nuestra Guest Creative de este número tiene un gusto muy coherente en lo que se refiere al diseño y la arquitectura. Le atraen las propuestas innovadoras y vanguardistas que aporten o bien un nuevo lenguaje o bien un giro estético inesperado. Del primer tipo serían sus arquitectos favoritos. “Es muy difícil tener un preferido. Un arquitecto o un estudio de arquitectura puede tener proyectos muy brillantes y al mismo tiempo proyectos anodinos que no dicen nada. Hay arquitectos de los que me gustan obras muy concretas y hay otros que me atraen más por cómo encaran conceptualmente los proyectos y su trayectoria profesional. Entre unos y otros me gustan Tokujin Yoshioka, Sanaa, Herzog & de Meuron, Future Systems, Miguel Fisac, Frank Lloyd Wright y muchos más”, comenta Amaya. Al segundo tipo, el del giro sorprendente, parecen pertenecer más sus diseñadores de mobiliario y producto predilectos. “Me interesa el trabajo de Maarten Baas, los hermanos Campana y el colectivo Droog Design. Me suelen gustar los objetos que están diseñados de manera inteligente pero que tienen la ironía como un valor funcional”, añade. No obstante también hay que incluir en esta lista a tipos un poco más templados como el dúo Barber & Osgerby, Tom Dixon o Marc Newson. Éste último, australiano afincado en Londres, ha hecho de todo y más: desde un concept jet para la Fundación Cartier hasta ropa para G-Star, las áreas de descanso para primera clase de la aerolínea Qantas e incluso ostenta el título de haber vendido tres veces consecutivas la pieza más cara de la historia en una subasta con su Lockheed Lounge. En los últimos años ha reducido un poco el ritmo frenético que llevaba al inicio, pero recientemente acaba de presentar una colección de baño con la firma también australiana Caroma con la que Newson se ha resarcido de su mala experiencia pasada en este campo. Destacan la bañera, que recuerda a una vaquita, y en especial los grifos ya que ha puesto mucho empeño en simplificar sus componentes y tratar de aportar un formato nuevo. En este sentido, volviendo a los gustos de Amaya Arzuaga, todas estas referencias parecen fusionarse también de alguna manera en el estilo del diseñador emergente que ha elegido de la selección que le pasamos, Florian Saul. Establecido en Berlín, las piezas de Saul parecen sencillas y cercanas. Pero si se analizan en detalle están salpicadas de giros radicales como la terminación biselada de las patas, la introducción de asientos de corcho o que imitan sillas de montar y, por encima de todo, esa desconcertante aura familiar aunque se trate de piezas totalmente atípicas.

DISEÑO 090

TEXTO: TACHY MORA

En su casa, Amaya Arzuaga tiene piezas de sus diseñadores y marcas favoritas. Combina sillas como la Jenette de los hermanos Campana para Edra, famosa por su respaldo de cañas de PVC, con butacas como la Smoke de Maarten Baas para Moooi, que es una de sus firmas de cabecera. Esta empresa holandesa, detrás de la cual se encuentra el diseñador Marcel Wanders, es una de las que más arriesga en el ámbito del diseño contemporáneo. La colección Smoke, por ejemplo, es una línea acabada literalmente a fuego. Sus piezas parecen haber sido recuperadas verdaderamente tras un incendio. Una de las últimas novedades de Moooi es la lámpara de LED's Heracleum diseñada por Bertjan Pot, con sus graciosas ramificaciones a modo de árbol en flor. Aparte de todos estos holandeses más los citados Droog Design, a Amaya también le gusta el trabajo de Piet Hein Eek, que realiza todas sus piezas artesanalmente en su taller con maderas recicladas prácticamente tal cual de otros muebles. Se aprecia a primera vista en su colección de asientos Cubo, iniciada en 1998 y que a día de hoy continúa creciendo con nuevas incorporaciones. Frente a estos diseños con su punto macarra y desconcertante, a Amaya también le gustan las formas limpias y perfectas del dúo afincado en Londres Barber & Osgerby. Una de sus últimas propuestas es la silla Tip Ton que han realizado para Vitra, una maravilla de 2x1 que se inclina hacia adelante gracias a sus patas de patín, proporcionando una postura que hasta el momento se limitaba a las sillas mecánicas de oficina. Esta inclinación endereza la pelvis y la columna vertebral, mejorando la circulación sanguínea de la musculatura del abdomen y la espalda. Se puede usar, por tanto, como silla de oficina y también como silla rutinaria en casa. Por último, en lo que se refiere a espacios, Amaya Arzuaga insiste de nuevo en la coherencia más que en un estilo en concreto. “Me gusta el equilibrio y los ambientes limpios. Dependiendo del uso final del espacio me puedo decantar más por un interiorismo arriesgado y de vanguardia si se trata de instalaciones efímeras o de trabajo, pero prefiero una atmósfera más clásica o retro en lugares para vivir”, explica. Sin embargo, no le seduce mucho la moda vintage que impera últimamente. “Satura un poco, la verdad, pero depende de la ejecución. Todo es cuestión de equilibrio entre el contenido y el contenedor, no solo de estilos”, añade. Preguntada sobre con qué diseñador de interiores trabajaría en este momento, no duda: “Me gustaría volver a colaborar con Francesc Pons”, quien diseñó en su día su tienda de Madrid.



Silla Tip Ton, diseño de Barber & Osgerby para Vitra.



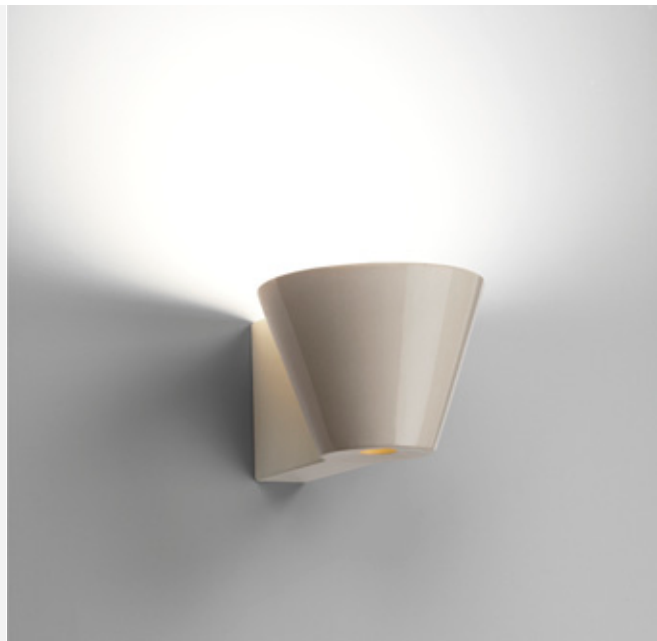
Mesa Zero In, diseño de Barber & Osgerby para Established & Sons.



Lámpara Heracleum, diseño de Bertjan Pot para Moooi



Silla de la colección Cubo de Piet Hein Eek.



Lámpara Beaker, diseño de Barber & Osgerby para Flos.