

Un tándem perfecto: tienda-estudio y asesoramiento

"Las cosas de Anita" abre sus puertas con ropa de los rincones más especiales del mundo



[Mercedes Zaragüeta Casanova](#)

[@MerZaragueta](#)

Lunes, 19 de diciembre de 2011, 09:46

[Comentar](#)

Ana de Miguel es una joven diseñadora que el viernes pasado inauguraba su primera tienda en Valencia. Un sitio que ha convertido en algo diferente, no sólo por complementar estudio y comercio en el mismo espacio y asesorar en imagen a sus clientas, sino porque además viaja y nos trae tendencias de escondites únicos de París, Londres, Milán, Nueva York, Sidney o San Francisco.



Ana de Miguel nos recibe en su tienda

Como en todas las profesiones, para el diseñador también es importante acompañar la vocación de formación, cuéntanos algo sobre ti en estos aspectos, ¿qué has hecho previamente?

Parte de mi formación como diseñadora viene del FIT (Fashion Institute of Technology), que es una universidad de Nueva York de arte, negocios, diseño y tecnología conectada con la industria de la moda. Yo no sabía nada entonces, sólo que me quería dedicar a la moda. Me encantó y fue allí donde desarrollé mi vocación y me decidí a apostar por este mundo. Cuando entre en el FIT, estudiaba empresariales pero, en cuanto terminé, me fui a Londres e hice un intensivo para obtener la titulación de Fashion Designer del Instituto Marangoni. Allí me enseñaron a coser, entre otras muchas cosas. Por supuesto, es imprescindible acompañar la vocación de una buena formación. Gracias a eso hoy puedo hacer lo que más me gusta.

¿Qué es "Las Cosas de Anita"?

Las "Cosas de Anita" es mi tienda y mi estudio. Es mi espacio (sonríe), pero ahora lo abro a todas las mujeres. Están mis colecciones y también piezas personalizadas que favorecen y que traigo de los rincones más especiales de París, Londres, Milán, Nueva York, Sidney o San Francisco. Y en España también tengo algún proveedor (me guiña un ojo sonriendo, pero no me dice quién es ese proveedor). Y además asesoro a mis clientas. Si vienes aquí y me

preguntas, “oye Anita y esto con qué me lo pongo” pues te digo cómo combinarlo y, como me recorro todas las tiendas, si he visto una chaqueta en una de ellas que te va genial, pues te lo digo. Las “Cosas de Anita” tiene que ser un espacio familiar y que de verdad te resuelva el vestuario. Por eso combino estudio, tienda y asesoría.

¿Cómo te lanzas a dar el salto no sólo como diseñadora, sino también como emprendedora con Las Cosas de Anita?

Cuando llegué de Londres, no dejaba de diseñar. No conseguí desconectar del intensivo de Marangoni. Tenía tantos diseños que me decidí a comenzar en Valencia conociendo los talleres, patronistas... cómo funciona de verdad aquí el sector. Y la idea de asesorar, que es como empieza esto, viene de mi padre, que vio un día una camisa negra y cómo la combinaba de cuatro formas diferentes, y me dijo “Anita tienes que hacer esto”. (En este momento que estamos en su tienda-estudio, mira a su alrededor con cierto gesto que empuja a pensar que siente gran satisfacción de ver un sueño cumplido).

Destacar en este mundo es complicado, ¿qué te diferencia?

Yo creo que lo que me diferencia es ese servicio personalizado. Voy más allá de lo que es la mera venta de una prenda. Yo no busco vender una prenda aisladamente, lo que pretendo solucionar es el resultado final cuando sales a la calle. Me interesa que, cuando alguien me compra una falda, sepa el resto de prendas que puede utilizar, sean más o no. Precisamente, mi trabajo consiste en orientar sobre prendas que puedan adquirir en otros lugares para combinar con lo mío. Para eso yo realizo una labor de campo y estoy informada de la moda que existe en el mercado. Eso me permite tener una visión integral y asesorar a mis clientas en la forma de combinar la ropa.



Escaparate de Las Cosas de Anita

Lo más bonito de la profesión...

La moda es una forma de expresión cultural, las tendencias son magníficos indicadores de los cambios sociales. Un diseñador no puede reducir su creatividad a su propio círculo interior, sino que tiene que tener permanentemente el pulso de lo que sucede a su alrededor. Claro ejemplo de eso son los franceses o los italianos. Además, no hay que olvidar el factor económico, ya que tiene una importante presencia en el PIB de estos países. En épocas de crisis hasta los colores influyen, se ha vuelto a llevar el negro, marrón, azul de toda la vida. La moda es arte, lleva un proceso enorme, un vestido o cualquier cosa de una tienda que ves, está inspirado en algo, quiere transmitir algo y, según te lo pongas, es un reflejo de algo. Todo

está creado pero, según lo recuperes, es distinto. Al final, lo mejor de todo eso, sin duda, para el diseñador, es la parte creativa, el proceso donde se desarrollan todos esos componentes.

Lo que más temes...

Todo y nada. Tengo suerte y el apoyo de mi familia y amigos que han formado parte del proyecto desde el principio. Tal vez lo que más miedo me da, es que la gente no perciba mi pasión o no hacerlo bien y no cumplir mi objetivo de ese trato personalizado. No por dinero, sino porque me encanta ayudar, cada vez que veo a una amiga o clienta que se va feliz, tengo la satisfacción del trabajo bien hecho. Eso es lo que realmente persigo.

¿Qué te inspira?

Todo. (En esta ocasión contesta sonriendo y con entusiasmo). Cualquier cosa bonita que vea, sofás, estampados chulos, casas, música, un espejo antiguo, los colores, el sol, el cielo, soy muy emotiva, todo me inspira. Además soy muy observadora, todo me llama la atención. Voy por la calle y veo las luces de Navidad y se me ocurre una chaqueta que pegue con ese colorido. La gente me inspira mucho también, peinados, maquillajes, cómo visten, hago fotos de lo que me gusta y luego me surgen mil ideas. Soy impulsiva. Cuando se me ocurre algo en medio de la calle, me paro a dibujarlo.

¿Qué papel ha jugado España en la evolución de la moda?

España ha jugado un papel decisivo en la transformación de la moda internacional. En el gran paso que se dio de la Alta Costura al Pret à Porter, liderado por un reducidísimo grupo de diseñadores participó el genial Balenciaga. Décadas más tarde, otro gran español, Amancio Ortega, logró el gran milagro de la "moda de masas", que permitió que cualquier ciudadano medio accediese a las prendas de diseño. A partir de ahí vino una revolución con marcas que siguieron a Zara, como Mango, H&M... España, sin ser los número uno en moda, ha estado en los pasos decisivos de su evolución.

¿Qué opinas de salirse de las normas, arriesgas en tus diseños?

(Risas) Que siempre es bueno. A mí me gusta. Dentro de diseñar cosas que sean para la gente real pero hay que darle un toque a todo. La sociedad, la cultura, todo, como realmente avanza, es rompiendo moldes. Por tanto, sí hay que saltarse las normas.

Sobre los complementos...

(Se pone seria, casi como si la duda ofendiera) Son obligatorios. Dan mucha versatilidad a las prendas. La misma prenda con diferentes complementos te permite utilizarla en muchas ocasiones. Obligatorios.

¿Alguna costumbre cuando diseñas? Háblanos de la próxima colección.

Cuando coso o diseño, escucho música. Habrá pantalones anchos con caída. Tul, encajes, cazadoras, americanas tipo boyfriend, etcétera. Cosas que puedes combinar para ir arreglada o no. He combinado dos temas para esta colección, uno de ellos es "Indios y Vaqueros", con flecos tanto en jerseys como alguna camiseta. Pero la colección tiene que ser sorpresa (sonríe de nuevo).



Escaparate de Las Cosas de Anita

¿Tu complemento perfecto: diseñador, modelo y espacio?

(Se hace un silencio durante unos segundos, duda, sonrío...) Diseñador Balmain. Modelo: Erin Wasson, tiene rollo con un estilo bohemio y étnico mezclado con prendas vaporosas y sobre todo muchísimos anillos y collares, es decir, complementos. (risas). El lugar Londres, Portobello. Mi complemento perfecto: Erin Wason, vestida por Balmain y paseando por Portobelo.

Hablando de modelos, supongo que conoces el reportaje de Vogue Italia protagonizado por Karlie Kloss, la modelo de Victoria's Secret, y las protestas que ha provocado por la delgadez en las controvertidas fotografías en las que aparece desnuda, tanto es así que la revista lo ha quitado de su web. ¿Crees que los diseñadores tenéis cierta responsabilidad en cuanto a patrones y cánones de estética?

Sí. La presión sobre los diseñadores para que no utilicen modelos esqueléticas, ha crecido mucho y son muchos los sectores de la moda que luchan por erradicar esto de que se asocie la delgadez extrema con la belleza, dadas las consecuencias que tiene sobre todo en jóvenes que acaban con graves trastornos alimenticios. De hecho, crece de forma paralela a esta tendencia un cambio radical en el que grandes diseñadores de reconocido prestigio buscan mujeres con curvas para vestir.

Mujeres como Scarlett Johansson y Kim Kardashian han traído de nuevo a la moda la sensualidad voluptuosa. Algunos de los diseñadores más reconocidos ven en ellas su nuevo modelo de mujer. ¿Está quedando atrás ese dominio de los cuerpos famélicos que dominaba desde los 90?

Hay un sector de los profesionales más concienciados, pero queda mucha labor por hacer dadas las grandísimas consecuencias que tiene.

John Galiano o Marc Jacobs siguen apostando por esa delgadez extrema. Sin embargo, firmas de lujo como Gucci, Versace, Dolce & Gabbana o Vera Wang, entre otras, desafían y prefieren vestir a mujeres con curvas como Cristina Hendricks, Kate Winslet o Jennifer Lopez, ¿con qué tendencia te quedas para tus diseños?

Jennifer Lopez posiblemente sea mi musa en todos los sentidos. Me encanta desde su música hasta sus curvas, que sí las tiene y a mí me gusta así de natural, y además lo ha puesto de moda. No me gustan estas niñas que están tan delgadas, porque no son reales, porque no están saludables y porque la ropa la hago para mujeres reales, con caderas, sin ellas, poco pecho o mucho pecho... Ahí está el reto para mí

¿Qué le pides al futuro? Pide en voz alta un deseo profesional.

Que la gente perciba lo que quiero transmitir con mi servicio. Tengo mucha energía para dar, poderla dar y ver cómo mis amigas o clientas se van felices.