



“Cada desfile es un examen. Para mí cada colección implica mucha tensión”

Miguel Palacio, Premio Cibeles al mejor diseñador de la última edición de la pasarela española, ha participado hoy en el Curso “La publicidad en la moda” en la UNED de Tudela

Sus diseños se pueden reconocer sin necesidad de mirar la etiqueta. De estilo depurado, personal y coherente, Miguel Palacio se ha convertido en una de las referencias de nuestro país. El diseñador vasco fue el invitado de lujo del Curso de Verano “La publicidad en la moda” celebrado en la UNED de Tudela.

“Cada desfile es un examen. Para mí cada colección implica mucha tensión”.

Miguel Palacio comenzó su andadura en el mundo de la moda junto a Fernando Lemoniez en 1989 a través de la marca ‘Palacio & Lemoniez’. Juntos presentaron sus colecciones entre los años 1991 y 1998 en la pasarela Cibeles. En 1995 se trasladó a París, donde comenzó a establecer relaciones comerciales internacionales y a vestir a personalidades como Carolina de Mónaco. A partir de 2000 comenzó su trayectoria individual como ‘Miguel Palacio’, y en la pasarela Cibeles de 2001 sorprendió con un concepto moderno de mujer elegante y seductora que exige la máxima calidad en sus prendas de vestir.

Durante su trayectoria, ha recibido numerosos galardones, como el Premio Cibeles al mejor diseñador de la última pasarela madrileña.

Como los costureros clásicos, Palacio parte en sus colecciones de los tejidos y se apoya en los materiales para dar forma a sus patrones.

"El punto de partida es escoger los tejidos. Sus condiciones determinan muchísimo el estilo de una colección. Soy infiel a los proveedores porque elijo las cosas que me gustan en ese momento. Esto supone estar en un constante cambio e implica asumir riesgos y, quizás, sea la forma más exigente para avanzar y evolucionar".

Siempre cercano a la realidad, en sus desfiles muestra los diseños que formarán parte de su colección y huye de los prototipos de pasarela.

"El espectáculo es algo que no me interesa. Me gusta ver cosas que sean reales y que pueden verse en situaciones que existen de verdad. Si no, ni yo mismo me lo creo. En la moda se juega mucho con lo irreal, al igual que ocurre en la publicidad, pero en mi trabajo sólo me interesan las cosas que tengan que ver con la realidad".

La moda es un sector que mueve alrededor de 25.000 millones de euros al año en España, que genera 5.000 millones de euros en exportaciones, al que los consumidores de nuestro país dedican un 6,6% de su presupuesto y en el que trabajan cerca de medio millón de personas.

"La publicidad y la moda son un matrimonio de conveniencia, pura sinergia", aseguró Jesús María Montes-Fernández, Periodista de Moda, que impartió la conferencia "La publicidad en la moda". Aseguró, además, que "es un mundo que ha experimentado un desarrollo tan notable por la importancia que le ha dado el hombre a la apariencia. Lo que está de moda se ha convertido en sinónimo de noticia y adquiere el derecho de ser divulgado por los medios de comunicación".

La inauguración del curso contó con la asistencia, entre otros, de Pedro González Felipe, Director General de Universidades del Gobierno de Navarra; José María Navarro Fandos, Concejal del Ayuntamiento de Tudela; y Blanca Yániz Igal, Profesora-Tutora de la UNED de Tudela.