

↓ BACK STAGE

La Hacería: la artesanía española salta a la Red apadrinada por Moisés Nieto

El creativo ha impulsado el proyecto de la mano de Acme, Fundesarte y el Ayuntamiento de Madrid. La plataforma se abrió al público la semana pasada con una inversión de 60.000 euros del Ayuntamiento de Madrid.

15 NOV 2021 — 04:50

ISABEL CARMONA

COMPARTIR



ME INTERESA



Artesanía española en la Red. El diseñador Moisés Nieto **ha puesto en marcha La Hacería, un buscador especializado en artesanas españolas** que manejan disciplinas como el punto de cruz, la cerámica, el calzado y la joyería, entre otras.

El proyecto, que se abrió al público la semana pasada, **fue el ganador del concurso Madrid Capital de Moda 2020, y cuenta con una inversión de 60.000 euros del Ayuntamiento de la capital.** Además, están involucrados la Asociación Creadores de Moda de España (Acme), el Área de Gobierno de Economía, Innovación y Empleo y Fundesarte, institución dedicada al desarrollo de la artesanía nacional.

El buscador está liderado por Moisés Nieto **y cuenta, de momento, con un catálogo de cerca de cien artesanas, el 90% de ellas, madrileñas.** Según señala Nieto, ha recibido interés por parte de algunas artesanas extranjeras, pero de momento el buscador se centrará en artistas del país.

La Hacería cuenta también con la participación de Clara Vignal, estudiante de diseño de moda en IED Madrid, **donde Moisés Nieto es director de la escuela de moda desde 2019.** Según datos de la Organización de Artesanos de España (OAE) recogidas por La Hacería en un comunicado, **el 80% de los artesanos españoles “son invisibles a efectos económicos”.**

La Hacería cuenta con una inversión de 60.000 euros de parte del Ayuntamiento de Madrid

El objetivo final de La Hacería es incrementar la visibilidad de la artesanía en el formato digital, modernizando el oficio, según Moisés Nieto, uno “que se resiste a desaparecer”. La plataforma busca también incentivar las sinergias y la colaboración entre las artesanas.

En la pantalla principal del buscador, figura un mapa en el que se puede localizar geográficamente a cada una de las obradoras, además de una lista de una veintena de especialidades para acceder fácilmente a las artesanas de cada oficio.

El proyecto se incluye en la campaña de la última colección de Moisés Nieto, que está siendo codiseñada con Paula de Andrés, Irene Infantes, Lorena Madrazo, Teresa Martín, Marta y Ana Moreno, algunas de las artesanas que forman parte del buscador. “La lista seguramente crezca”, indica Nieto.

Recientemente, también Loewe, compañía española de lujo propiedad del conglomerado LVMH, **puso en marcha una iniciativa para fomentar la penetración digital de la artesanía.** La empresa lanzó *The Room*, una habitación virtual en la que se presentan las obras de los ganadores y finalistas de Loewe Foundation Craft Prize, un concurso enfocado a la artesanía contemporánea.

Fundada en 2011 por el diseñador del mismo nombre, que se graduó un año antes en el IED de Madrid, **Moisés Nieto está especializado en moda femenina.** El creativo **comenzó a comercializar su producto en el mercado internacional en 2014,** cuando entró en Opening Ceremony de Tokio y Osaka (Japón).

ME INTERESA



RELACIONADOS

NOTICIAS

¿Digitalización? Sí, pero en la superficie: sólo el 19% de las empresas reconfiguran su negocio alrededor de la tecnología

Pascal Brun (H&M): “La forma en que la moda se produce y se consume debe cambiar”

Moisés Nieto gana el premio Madrid Capital de Moda 2020

COMENTAR

COMPARTIR



Si quieres dejar un comentario suscríbete ahora

SUSCRÍBETE AHORA POR 7€

INTRODUCE TU EMAIL

ENVIAR

Al suscribirte aceptas la [política de privacidad](#)

POWERED BY TENDAM

ENTREVISTA CON Laura Fernández Cavia DeleiteWear

ENTREVISTA CON Pepita Arin y Alberto Bravo We Are Knitters

ENTREVISTA CON Dick Vantypheem

VER MÁS

fashtech

→ FASHTECH: LA NUEVA HOJA DE RUTA DE LA MODA

POWERED BY Desigual

Dossier Anual 2021

→ ESPECIAL 2021: EL AÑO EN QUE LA CADENA SE ROMPIÓ

→ INSIGHT: INTERNACIONALIZACIÓN, REDIBUJAR ESTRATEGIAS

Business Women Empowerment

→ BUSINESS WOMEN EMPOWERMENT

Fashion StartUp Contest

→ FASHION STARTUP CONTEST

PATROCINADO POR Instagram

POWERED BY H&M

ENTREVISTA CON Pepita Arin y Alberto Bravo We Are Knitters

ENTREVISTA CON Mattias Bodin H&M Group

VER MÁS

LO MÁS

LEÍDO COMENTADO

- Resumen de la semana: Del traslado de la sede de H&M en España a los resultados de Macson, Silbon y Cándor
- 2021, el año en que la industria del lujo se bañó
- 2021, de la última vuelta de H&M a la resistencia de Primark

PUBLICIDAD