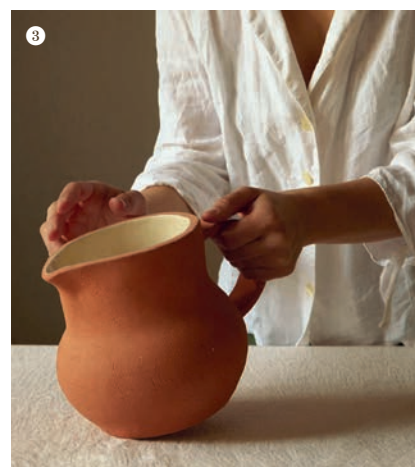
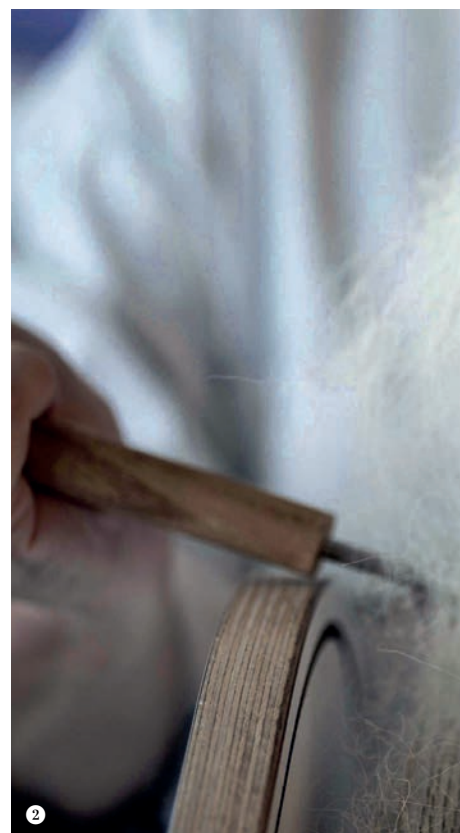


Al RESCATE de la TRADICION

El diseñador MOISÉS NIETO lidera LA HACERÍA, un punto de encuentro digital entre una nutrida representación de *artesanas madrileñas* y *firmas de moda españolas*. Su objetivo es el de trazar líneas comunes que beneficien a ambas partes: viejas técnicas de producción, algunas en riesgo de desaparición, se ponen al servicio de una industria textil que tiene como ambición renovarse apostando por la confianza y la cálida exquisitez de lo *hecho a mano*.



Cien mujeres artesanas –todas ellas innovadoras en sus respectivos oficios, y que responden a las demandas de sostenibilidad en tiempos de emergencia climática– reunidas bajo un mismo techo de textura digital. La Hacería, el nuevo proyecto impulsado por Moisés Nieto, constituye un punto de encuentro en web y redes sociales entre artesanas y diseñadores, y está destinado a difundir el trabajo de las primeras y a alimentar las colaboraciones entre los segundos y estos oficios tradicionales. Pero no es solo eso, también es una herramienta, una suerte de mapa virtual que funciona como un buscador, por técnica y disciplina, capaz de arrojar toda una constelación de pequeños negocios según especialidades y que permite localizar (y contactar) a estas trabajadoras, cada vez más jóvenes e innovadoras, guardianas de un conocimiento sin el que la moda no podría existir.

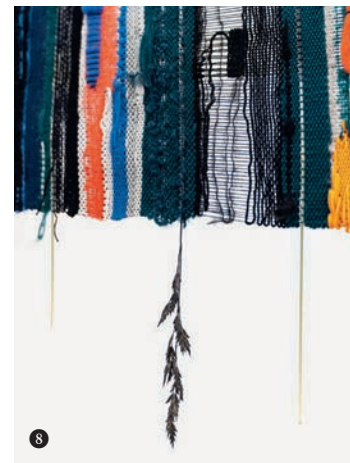
El proyecto, presentado el pasado mes de septiembre en Madrid Capital de Moda, lo auspicia el diseñador Moisés Nieto (Úbeda, 1984) y nace gracias a una ayuda ofrecida por el ayuntamiento de la capital a iniciativas que aúnen el apoyo a la artesanía local, la sostenibilidad y la puesta en valor de la moda española.

Completan el equipo Clara Vignal, a cargo de la investigación y del primer contacto con las artesanas, y el estudio Ficus and Ficus, responsables de la identidad visual de la plataforma.

Su creación sirve para solventar una necesidad recurrente en el sector de la moda: «Con mi propia firma me he visto en la dificultad de encontrar personas (bordadoras, tejedoras, cesteras...) que me ayudasen a desarrollar las prendas», explica Nieto. «A veces solo puedes llegar hasta ellas por el boca a boca o investigando mucho. Yo me hice mi pequeña lista de proveedores y siempre me ha encantado compartirlos. Ese secretismo que a veces mantenemos en el sector me parece absurdo: haciendo la información pública salimos todos ganando». Así, la plataforma ambiciona ser una mano amiga para artesanos como Clara Gutiérrez Carreira, ceramista al frente de Clarina Ceramics, que resalta la ventaja de un *networking* fluido entre oficios: «Es muy importante que los artesanos creemos comunidad, ya que solemos trabajar solos y eso dificulta darnos a conocer, ya sea por falta de tiempo o de estructuras». Los sombrereros de Maleza Hatmakers (formada por Myrte Sara Huyts y Javier Reta), también parte de La Hacería, añaden el



1. Detalle del proceso de fabricación manual de los sombreros de Maleza Hatmakers. 2. La artesana especialista en textil Soledad Santisteban. 3. Jarra cerámica diseñada por Época. 4. La joyería contemporánea de Berta Sumpsi. 5. Accesorios para el hogar creados por la arquitecta Cristina Vallejo. 6. La fundadora de Clarina Ceramics, Clara Gutiérrez Carreira. 7. Paula de Andrés, diseñadora de moda. 8. Tapiz realizado por Lorena Madrazo.



obstáculo extra que supone competir con firmas con más presupuesto y recursos para la comunicación, incluso cuando no emplean procesos tradicionales: «Muchas marcas aprovechan la idea de que la artesanía es el nuevo lujo y cambian sus etiquetas pero no sus métodos de producción. Quieren surfear una ola que no les pertenece». Todos ellos apuntan a la necesidad urgente del apoyo institucional y de iniciativas privadas para reflotar y preservar las técnicas, así como lograr que el consumidor final vea su trabajo. Así lo defiende la joyera Berta Sumpsi, que subraya la importancia de la pedagogía: «La artesanía es cultura contemporánea y debería estar más respaldada».

En la construcción de este nuevo espacio en el que poner nombre y rostro a las manos que urden artesanía patria, hay también una convicción política que pasa por la defensa de los saberes y técnicas tradicionales y la voluntad de que no se pierdan en la desmemoria colectiva. «Pienso mucho en quién hará perdurar un oficio como el del encaje de Camariñas dentro de unos años, a cargo hoy de artesanas de edad muy avanzada»,

expresa Nieto. «Quienes nos dedicamos a la moda debemos apoyarlos, pero no tendríamos que ser los únicos. Esto también es responsabilidad de las instituciones, las universidades, la educación... Es un patrimonio de todos, y si logramos echar el freno a que estas técnicas sigan desapareciendo, ya es un gran paso».

Estas viejas artes sirven para un nuevo mundo que necesita renovarse de manera acuciante si quiere sobrevivir. Por eso el gran valor de La Hacería es alentar a la innovación y colaboración entre disciplinas. «El codiseño es el futuro», sentencia Nieto. «La artesanía está implícita siempre en esa moda que te emociona, que te toca el corazón. Es sostenible, emplea materiales nobles, pasa de generación en generación y las piezas son siempre únicas porque no somos máquinas, y eso es el auténtico lujo». La colección de invierno de su propia firma contará con el trabajo amigo de varias de las artesanas de La Hacería, y juntos volarán a la embajada de España en Japón la próxima primavera para darse a conocer.

Estos son los prometedores primeros pasos de una iniciativa que ya sueña con ampliar su tejado y cobijar artesanos de todo el país, quién sabe si de todo el mundo ● ALBA CORREA