



La diseñadora cordobesa Juana Martín realizó en las minas de Riotinto la espectacular sesión fotográfica de su última colección de alta costura

# Moda española: *Avant la lettre*, y nosotros sin saberlo

**Pepa Bueno**

Directora ejecutiva de Asociación Creadores de Moda de España (ACME);  
vicepresidenta de Fundación Academia de la Moda Española, y directora institucional de Madrid es Moda

No cabe duda de que la moda en nuestro país se ha convertido en uno de los principales impulsos de la renta nacional, ya que en estos momentos representa el 2,8% del PIB anual, una cifra que supera a la del sector primario, es decir, la que supone la agricultura, la ganadería y la pesca. Con este rotundo dato sobre la mesa, la cuestión en estos momentos es hacia dónde nos dirigimos, y la respuesta a esa pregunta debería ser: hacia el consumo responsable, o si no, nuestro futuro tendrá forma de un mundo apocalíptico, porque no existe un planeta B al que recurrir.

En principio, esta idea aplica no sólo a la moda, aunque si nos ceñimos a ella, hay muchas cuestiones que poner sobre la mesa en una industria que a nivel global es altamente contaminante, tanto en procesos productivos como en el del problema de la ingente generación de residuos que provoca. Y por si esto fuera poco, no sólo se trata de la cuestión medioambiental sino la de la responsabilidad social, porque el asunto no es que nos estemos cargando medio planeta, sino que, sobre todo, estamos explotando a la otra mitad. Con todo ello encima de la mesa, lo que quiero plantear aquí es que otra forma de producir y consu-

## La sostenibilidad y el diseño de moda de autor en España tienen una unión indisoluble

mir moda es posible, y que, de hecho, ese camino ya hace mucho tiempo que lo transitan marcas muy relevantes de nuestro país. Me refiero a aquellas que habitan el espacio de lo que hemos venido en llamar moda de autor, gran parte de las cuales forman parte de la Asociación Creadores de Moda de España (ACME).

Las firmas que componen ACME son empresas que, aunque de diferente tamaño y tipología, comparten numerosos valores entre ellas, como son los de la sostenibilidad social; la apuesta por una industria sostenible en la que el diseño inicial de cada producto ya se genera con “mentalidad” ecológica; la producción local y la recuperación de la artesanía tradicional del textil y los oficios relacionados con la moda. Podemos presumir de que la sostenibilidad y el diseño de moda de autor en España tienen una unión indisoluble, en línea con el Movimiento *Slow*. Este, en general, es el que promueve la desaceleración de los procesos de producción y consumo en nuestras sociedades, así como de nuestras propias vidas. En concreto, la moda *slow*, la moda lenta, aboga por comprar menos prendas, más duraderas y de materiales más respetuosos con el medio ambiente. El *slow fashion*, de hecho, es una de las recomendaciones de las instituciones europeas tanto para los consumidores como para las empresas, con el objetivo principal de reducir la huella ambiental.

## Moda bajo demanda

Y es precisamente dentro de este movimiento de la moda lenta en el que se desarrolla el trabajo de las firmas de moda de autor españolas, que apuestan por la artesanía tradicional, pero llevándola a un lenguaje del siglo XXI; utilizan mano de obra local, eminentemente femenina, y desarrollan una producción controlada y a pequeña escala que, en muchos casos, se desarrolla tan sólo bajo demanda. Esto último es lo que en terminología anglosajona se denomina *pre-order*: a partir de los prototipos de la colección, el consumidor/ra escoge y compra, y sólo en ese momento se produce, lo que elimina por completo los excedentes de fabricación. Por todo ello, son empresas con valores arraigados en la ética, creativas y respetuosas con las tradiciones del textil, y que recuperan la armonía, la autenticidad y la escala humana, perdidas con el modelo de desarrollo del *fast fashion*. La moda lenta es un buen antídoto para frenar el avance de la contaminación de la industria de la moda, entre otros motivos, porque no ge-

## La moda *slow* aboga por comprar menos prendas, más duraderas y con materiales que respetan el medio ambiente

nera residuos, ya que estas prendas y complementos de alta calidad que salen de sus *ateliers* no están pensados ni son adquiridos con la idea de usar y tirar, sino que entran a formar parte de nuestros armarios con la voluntad de perdurar en el tiempo, un tiempo que va más allá de las tendencias de consumo rápido.

## Diseño y artesanía tradicional

Otro punto relevante que tener en cuenta con respecto a la moda de autor de nuestro país es la estrecha relación de estas firmas con la artesanía tradicional española. De hecho, lo que encontramos en los creadores españoles como idea común subyacente es la aplicación de la artesanía a la elaboración de sus colecciones de textil y complementos como forma de conseguir diferenciación, exclusividad y modernidad. Y es precisamente en este nicho, en el que el diseño contemporáneo dialoga con la tradición, donde están operando muchos de nuestros diseñadores.

## La moda bajo demanda elimina los excedentes de fabricación



La firma española Otrura apuesta por los oficios de costureras y patronistas para crear prendas con alma  
© María Novo / Otrura



Oteyza ha sido seleccionada por el Museo del Traje para exponer varias piezas en la colección permanente © Pablo Paniagua y Oteyza

Ambos, moda de autor y disciplinas artesanales, necesitan el uno del otro para sobrevivir y crecer; ambos se complementan en discurso y dan valor a sus creaciones a partir de su imbricación y colaboración. Porque de lo que estoy hablando es de la pervivencia de muchas firmas de creador que no pueden -y pienso que tampoco deben- competir con la gran distribución en lo que a coste se refiere, pero en lo que sí pueden rivalizar es en el discurso que arroja y construye sus prendas. A estas empresas, lo que las diferencia, lo que las hace únicas y les da valor es su interrelación con los procesos artesanales, y no sólo me refiero -que también- a la manufactura en sí, sino a la incorporación de técnicas tradicionales, algunas de ellas en peligro de desaparición. Bordados, encajes, ganchillo, bolillo, macramé, punto de cruz, artesanías de la piel, del esparto y otros tejidos vegetales... utilizados con un lenguaje contemporáneo y actualizado hacen que una pieza tenga un discurso complejo que es importante transmitir de manera coherente y continua. El trabajo de Leandro Cano o de Oteyza son buenos exponentes de todo lo anterior, de la misma manera que, como ejemplo paradigmático,

se deben citar las colecciones de Alta Costura de Juana Martín, la única firma española que desfila en el calendario oficial de la Haute Couture francesa, y que edición tras edición presenta piezas en donde las más sofisticadas y tradicionales artesanías del textil se trasponen a sus creaciones vanguardistas, de belleza y poderío proverbial.

### Puntadas de sostenibilidad

Son muy numerosos los ejemplos que podríamos dar de firmas que trabajan en su día a día con estos valores. Muchas y muy variadas. El patronaje *cero waste* de SKFK; los ejercicios de recostura (transformación de prendas cambiando el diseño sin desperdicio de tejidos) de Otrura; la utilización de tejido denim tintado con eliminación del 100% del uso de agua de Tejidos Royo o Jeanologia en las colecciones de Moisés Nieto o de Agatha Ruiz de la Prada. Esta última tam-



La colección PLA3D de Helena Rohner está hecha de material orgánico, como fécula de patata, y es biodegradable

**La moda lenta es un buen antídoto para frenar el avance de la contaminación de la industria de la moda**



Los bolsos de Daniel Chong son paradigma de sostenibilidad, upcycling y producción de proximidad © Daniel Chong

bién lleva a cabo colecciones con tejidos de Pyratex, presentes también en las colecciones de Adolfo Domínguez, que además pone en marcha campañas muy potentes dirigidas a un cambio de paradigma en el consumo, con frases como “Sé más viejo” o “Repite más”.

Recovo, una firma que se dedica a revender restos de metrajes de tela sobrantes de las grandes empresas es un colaborador habitual de muchas de estas firmas de moda de autor, como Acromatyx, Moisés Nieto o Carlota Barrera. También es importante mencionar los bolsos y mochilas fabricados con materiales reciclados a partir de botellas de plástico de Daniel Chong; el empleo de materias primas biodegradables como los biopolímeros derivados de la caña de azúcar en las joyas de Helena Rohner y el uso de tejidos desarrollados a partir de hilos reciclados de alta calidad procedentes de plástico y residuos marinos en Juan Vidal o Guillermina Baeza; o bien ejercicios de *upcycling* a partir de sus propias colecciones de Ernesto Naranjo, Maya Hansen, Maria La-fuente, Acromatyx, Aurelia Gil...

### Consumidores con valores

Como última reflexión, me gustaría comentar cómo, incluso ya antes de la pandemia, se hablaba mucho de la constatación de la pérdida de relevancia de la moda para los consumidores actuales: la desafección del consumidor en general y del español en particular hacia la moda, que prefiere ‘la experiencia’ (viajes gastronomía u ocio en general) a la adquisición de moda cuando toma decisiones de compra. Con la pandemia, ese alejamiento se agudizó. Recuperar ese valor perdido debería ser uno de los principales retos a los que se enfrente el sector, y una de las claves para que esto ocurra está en construir un relato en donde el diseño se una a la artesanía y a sus procesos, en los que el tiempo y la excelencia en la ejecución sean centrales a la hora de entender el precio y desarrollar el discurso de cada producto.

Cada vez crece más ese grupo de consumidores que se cuestiona el mundo que quiere tener y cómo cuidarlo. Estos serán los más críticos con el consumo de moda rápida, de esas prendas que apenas se usan y ya se tiran, de prendas con las que no se establece ningún vínculo emocional porque no tienen un relato más allá del mensaje: “no pasa nada si me tiras, porque apenas te he costado

**La moda lenta es la clave para revitalizar la moda española y es el ADN de la moda de autor**

### Una masa crítica de consumidores se acerca a la moda buscando valores

nada”. A tu bolsillo no, pero ¿y al planeta? No estoy vaticinando con esto el fin del *fast fashion* sino el crecimiento de una masa crítica de consumidores que se acerquen a la moda buscando valores. Y la moda española de creador tiene ahí mucho que decir, y lo dice dentro del marco del movimiento *slow fashion*. La moda lenta es la clave para revitalizar la moda española en esta crisis, porque la moda de autor ha sido siempre moda lenta, y ese es su ADN: la producción en cercanía y el mantenimiento del tejido laboral local; la confección exquisita; la incorporación de artesanías tradicionales llevadas al siglo XXI; la calidad de materiales; la consiguiente perdurabilidad en el tiempo de estas piezas; el diseño que pervive más allá de las temporadas y su vocación por permanecer años en el armario; las producciones cortas sin acumulación de stock y en consecuencia sin generar residuos permanentemente; el contacto directo y cercano entre el cliente y el diseñador y la atención personalizada alejada de espacios masivos... Todos esos valores siempre han estado ahí, en el centro de estas marcas. Han sido sostenibles *avant-la-lettre*: el término *slow fashion* llegó después.



Agatha Ruiz de la Prada diseña una colección cápsula para Pyratex que apuesta por fibras naturales provenientes de algas, bambú o plátano ©ACME