

TONI RODRÍGUEZ
rdo@grupojoly.com

MATERIALES tradicionales como el fieltro o técnicas como el croché artesanal dan forma a una corriente creativa, el *craft*, que en los últimos tiempos toma fuerza en el mercado de la moda. Las manualidades textiles aplicadas al diseño de complementos, muy popular en países como Portugal, Alemania o Bélgica, parece haberse instalado definitivamente en España procedente de Japón, cuna del *origami* y del arte floral, donde esta artesanía está además refrendada por un mercado editorial líder en revistas con tutoriales, patrones... En Andalucía ya cuenta con sus embajadoras.

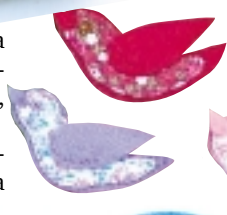
El cuero, el metal y las gemas ceden el testigo al fieltro, la pasta fino, los lazos y las lentejuelas. Y los tribales y el depurado diseño italiano a pájaros, muñecos y frutas, elementos iconográficos de aires naïf, ciertamente pop, de clara influencia nipona.

La diseñadora malagueña Ylenia Romero, artífice de la firma Supercursi, explica que a la hora de diseñar piensa en "los cuentos de hadas, las flores, las fiestas de té, los finales de película con canciones de los Beach Boys...". La también malagueña Mar Rodríguez, ilustradora y artesana responsable de la firma Mar de Color (www.mardecolor.es) bebe por su parte de "los muñecos de todo tipo, los cuentos, las muñecas recortables, los estampados infantiles... Creo que también me ha influido mucho el manga, y sobre todo el rollo *kawaii*, que es un término japonés para los muñecos cabezones que resultan tan lindos como agradables".

En España, donde las labores artesanales como el ganchillo, el bordado o el punto de cruz han tenido una impronta tan relevante, el perfil del *craft* es el de una mujer joven que acomete sus primeras labores como afición. La creadora granadina Paloma Pizarro, *alter ego* de la firma Ecraftic, reconoce que se familiarizó con el *craft* "como terapia antiestrés mientras finalizaba mis estudios de Ciencias Ambientales". Hoy su enseña se distribuye en establecimientos de diversos puntos de España, a través de internet en su página www.ecraftic.com o en sitios de referencia mundial como *Etsy* y *Bettyjoy*.

Lo cierto es que es creciente el número de *crafters* que han conseguido hacer realidad el sueño de vivir de su afición. Tal es el caso de Lucía Dorado, que bajo la etiqueta Chica de Canela (www.chicadecanela.com) ha conseguido hacer del suyo un negocio emergente. Sus creaciones se comercializan en más de 20 puntos de venta entre España, Portugal, Bélgica y hasta Dubai. En Sevilla, la diseñadora Nuria González (www.nuriagonzalez.com) sigue sus pasos, y es que desde que comenzara a realizar broches y anillos en fieltro o sus

Complementos más a mano



Creatividad

El broche de Gioconda y el conjunto de pendientes y broche de Audrey Hepburn son de la firma Ecraftic; el llavero es un diseño de Mar de Color; el broche de fieltro azul y naranja, de Fieltromanía; el molinillo es de Nuria González; y los pajaritos de Supercursi.

Pioneras

Versión renovada del 'hobby' de las abuelas

Artesana, comunicadora y verdadera *A-Blogger*, Anabel García es hoy por hoy uno de los principales estandartes de la comunidad hispanoparlante creada en internet alrededor de la corriente *craft*. Hace dos años puso en marcha su bitácora personal, Fieltromanía (<http://anabelgp.blogspot.com>) desde la que mostrar su interés por las manualidades realizadas a base de este material. Desde hace algunos meses edita junto a la diseñadora gráfica Mónica León la tienda virtual Jugando Con Hilos ([\[www.jugandoconhilos.com\]\(http://www.jugandoconhilos.com\)\), un espacio para la venta de artículos de creadores emergente, y la revista virtual *We Love Crafts* \(\[www.welovecraftsmag.com\]\(http://www.welovecraftsmag.com\)\). Esta última, pionera en español, reúne en delicioso entorno web *zakka*, *craft*, diseño gráfico y fotografía, las noticias más relevantes en el mundo de las manualidades, el diseño o la moda. "Es curioso, hacemos lo mismo que hacían nuestras abuelas, sentadas en los patios, haciendo ganchillo y charlando; salvo que ahora nos comunicamos a través de internet y hemos dejado de darle un valor peyorativo a esta actividad \(cosas de mujeres, cosas de abuelitas...\)".](http://www.jugandoconhi-</p>
</div>
<div data-bbox=)



celebrados monederos y bolsos de *patchwork* hasta la fecha, mucho trabajo, labor comercial e internet mediante, ha conseguido incrementar notablemente su producción, comenzar a distribuir en puntos de venta seleccionados de medio país y hasta tener su propia tienda virtual en *Etsy*, la principal plataforma virtual para la venta de artículos hechos a mano. "Tener un *blog* y una web hace que mucha gente pueda ver tu trabajo. Aproximadamente el 50 por ciento de las ventas han sido gracias al escaparate virtual", explica.

Otro de los principales canales de distribución y punto de encuentro de esta generación de artesanos son los mercadillos de artesanía, muy especialmente en los espacios habilitados a tal efecto en festivales musicales que precisamente en estos meses de verano proliferan por todo el país. Citas musicales como el Festival Internacional de Benicassim o el Contempopránea, en Alburquerque (Badajoz) se han convertido en ineludibles para los *crafters* y buena parte de su público objetivo, jóvenes que buscan marcar la diferencia en un mercado globalizado. Paloma Pizarro lo explica así: "La gente que acude a estos eventos se caracteriza esencialmente por estéticas muy bien definidas, (...) son personas con gusto por lo original, que tratan,

La granadina Paloma Pizarro se inició en esta técnica, ahora emergente, como una terapia antiestrés

en resumen, de salirse de la norma. Empezamos a cansarnos y creo que es una actitud, bastante generalizada, de ver el mismo tipo de prendas de vestir en la mayoría de tiendas. Comienza a haber una necesidad de distinción y la manera más fácil y asequible de conseguirla es a través de los complementos. Es ahí donde entramos los *crafters*". "Hay gente que está harta de ir como salida de un catálogo, por eso creo que está tan de moda las cosas hechas a mano, los objetos únicos, la *customización* y el *vintage*", añade Mar Rodríguez.

Internet se ha convertido en la herramienta catalizadora clave del movimiento *craft* en España. Bitácoras y foros han contribuido de manera determinante en la popularización del fenómeno y a la creación de redes sociales. Y es que buena parte de los *crafters* son activos *bloggers*, intercambian manuales, tutoriales, patrones y referencias y se sirven de herramientas-escaparate como *Myspace*, *Fotologs* o *Flickr* para mostrar su producto.

"En mi caso me ha llevado a una evolución más rápida y constante, a la adquisición de mucha información necesaria en el proceso creativo y a conocer a mucha gente que tiene las mismas inquietudes, algo que no es fácil de encontrar", explica Pizarro. En este ámbito artesanal, el único inconveniente de internet en la falta de contacto personal. Casi perfecto.